

ISSN 2519–2701 print

НАУКОВИЙ ВІСНИК

ЛЬВІВСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО УНІВЕРСИТЕТУ
ВЕТЕРИНАРНОЇ МЕДИЦИНИ ТА БІОТЕХНОЛОГІЙ
імені С.З. ГЖИЦЬКОГО

СЕРІЯ “ЕКОНОМІЧНІ НАУКИ”



SCIENTIFIC MESSENGER
OF LVIV NATIONAL UNIVERSITY OF VETERINARY
MEDICINE AND BIOTECHNOLOGIES

SERIES: ECONOMICAL SCIENCES

Том 24 № 99

2022

Науковий вісник Львівського національного університету ветеринарної медицини та біотехнологій імені С. З. Гжицького. Серія: Економічні науки входить до “Переліку наукових фахових видань України” – категорія “Б”, в яких можуть публікуватися результати дисертаційних робіт на здобуття наукових ступенів доктора і кандидата наук у галузі економічних наук, спеціальності 051 – економіка (остання перереєстрація згідно з наказом Міністерства освіти і науки України № 1017 від 27 вересня 2021 р.).

Свідоцтво про державну реєстрацію друкованого засобу масової інформації серія КВ № 141333104 ПР від 11.06.2008 року.

РЕДАКЦІЙНА КОЛЕГІЯ

Голова редакційної колегії:

В.А. ЧЕМЕРИС, д.е.н. (Україна)

Заступники голови редакційної колегії

О.Я. ГРИМАК, к.е.н. (Україна)

Відповідальний секретар

В.Л. МАКСИМ, к.е.н. (Україна)

Члени редакційної колегії

П. ГЕЙДУКОВА, д.е.н. (Чехія)

Д. ЗАЙОНЦ, д.е.н. (Республіка Польща)

В.В. ЛИПЧУК, д.е.н. (Україна)

Б. КАЧМАРСЬКА, д.е.н. (Республіка Польща)

В.А. КОЛОДІЙЧУК, д.е.н. (Україна)

В. ЦАПУТА, д.е.н. (Республіка Польща)

М. ЦИРЕК, д.е.н. (Республіка Польща)

Т.П. ЯХНО, д.е.н. (Україна)

Т.І. ЯВОРСЬКА, д.е.н. (Україна)

М. ВОСІЕК, д.е.н. (Республіка Польща)

М.В. ПОДОЛЯК, к.пед.н. (Україна)

А.В. ПЕХНИК, к.е.н. (Україна)

В.І. ДУШКА, к.е.н. (Україна)

Т.В. КАЛАЙТАН, к.е.н. (Україна)

Л.П. КУШНІР, к.е.н. (Україна)

Р. ПУКАЛА, к.е.н. (Республіка Польща)

Н.Л. ХОМЮК, д.е.н. (Україна)

Рекомендовано Вченою радою Львівського національного університету ветеринарної медицини та біотехнологій імені С. З. Гжицького (протокол № 10 від 20.12.2022 р).

Адреса редакційної колегії:

Львівський національний університет ветеринарної медицини та біотехнологій імені С. З. Гжицького, вул. Пекарська, 50, м. Львів, Україна, 79010
тел. +380975870177

Email: admin@vetuniver.lviv.ua,
conferencefem120@gmail.com

Scientific messenger of Lviv National University of Veterinary Medicine and Biotechnologies.

Series: Economical Sciences

includes in the “List of scientific professional publications of Ukraine” – category “B”, which can be published the results of dissertations for the degree of doctor and candidate of Science in Economic Science, speciality 051 – economy (last reregistration under the order of the Ministry education of Ukraine number 1017 of September 27, 2021).

Certificate of registration of print media Series KV number 141333104 PR from 11.06.2008 year.

EDITORIAL BOARD

EditorinChief:

V. CHERMERYYS, Dr. Econ. Sci. (Ukraine)

Deputy Editors:

O. HRYMAK, PhD in Economics (Ukraine)

Executive Secretary:

V. MAKSYM, PhD in Economics (Ukraine)

Editorial board

P. HEJDUKOVÁ, Dr. Econ. Sci. (Czech Republic)

D. ZAJĄC, Dr. Econ. Sci. (Poland)

V. LYPCHUK, Dr. Econ. Sci. (Ukraine)

B. KACZMARSKA, Dr. Econ. Sci. (Poland)

V. KOLODIICHUK, Dr. Econ. Sci. (Ukraine)

W. CAPUTA, Dr. Econ. Sci. (Poland)

M. CYREK, Dr. Econ. Sci. (Poland)

T. JAKHNO, Dr. Econ. Sci. (Ukraine)

T. YAVORSKA, Dr. Econ. Sci. (Ukraine)

M. WOSIEK, Dr. Econ. Sci. (Poland)

M. PODOLIAK, Cand. Ped. Sci. (Ukraine)

A. PEKHNYK, PhD in Economics (Ukraine)

V. DUSHKA, PhD in Economics (Ukraine)

T. KALAITAN, PhD in Economics (Ukraine)

L. KUSHNIR, PhD in Economics (Ukraine)

R. PUKALA, PhD in Economics (Poland)

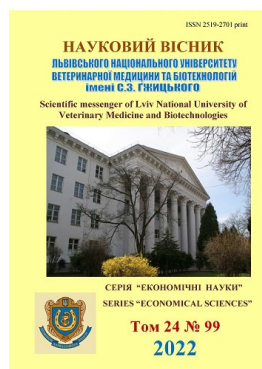
N. KHOMIUK, Dr. Econ. Sci. (Ukraine)

Recommended by Academic Council of Stepan Gzhytskyi National University of Veterinary Medicine and Biotechnologies Lviv (Minutes № 10 of 20.12.2022).

Editorial address:

Stepan Gzhytskyi National University of Veterinary Medicine and Biotechnologies Lviv, 79010, Lviv, Pekarska str., 50
tel., +380975870177

Email: admin@vetuniver.lviv.ua,
conferencefem120@gmail.com



Науковий вісник Львівського національного університету
ветеринарної медицини та біотехнологій імені С.З. Гжицького.
Серія: Економічні науки

Scientific Messenger of Lviv National University
of Veterinary Medicine and Biotechnologies.
Series: Economical Sciences

ISSN 2519-2701 print

<https://nvlvet.com.ua/index.php/economy>

doi: 10.32718/nvlvet-e9901

UDC 631.115.1

Marketing support of competitiveness of agricultural enterprises

N. Khomiuk¹, M. Voichuk², O. Bilous¹, M. Dorosh-Kizym³

¹Lesya Ukrainka Volyn national university, Lutsk, Ukraine

²Lutsk National Technical University, Lutsk, Ukraine

³Stepan Gzhytskyi National University of Veterinary Medicine and Biotechnologies Lviv, Lviv, Ukraine

Article info

Received 18.09.2022

Received in revised form
20.10.2022

Accepted 21.10.2022

Lesya Ukrainka Volyn national
university, Lutsk,
Voli avenue, 13, Lutsk, 43025,
Ukraine. Tel.: +38-050-500-89-25
E-mail: nataljabilous@gmail.com

Lutsk National Technical Universi-
ty, Lutsk,
Lvivska St., 75, Lutsk, 43025,
Ukraine. Tel.: +38-099-320-93-13
E-mail:
maksym.voichuk@gmail.com

Stepan Gzhytskyi National
University of Veterinary Medicine
and Biotechnologies Lviv,
Pekarska Str., 50, Lviv, 79010,
Ukraine.

Khomiuk, N., Voichuk, M., Bilous, O., & Dorosh-Kizym, M. (2022). Marketing support of competitiveness of agricultural enterprises. Scientific Messenger of Lviv National University of Veterinary Medicine and Biotechnologies. Series: Economical Sciences, 24(99), 3–9. doi: 10.32718/nvlvet-e9901

The article examines the system of agricultural marketing with the aim of meeting the needs of consumers and achieving the competitiveness of agricultural producers in the context of determining the characteristics of agricultural activity. It is substantiated that the sustainable development of agricultural production contributes to the strengthening of the economic and social security of the state, the formation of a positive image of the country, the growth of the quality of life of the urban and rural population, the increase of export potential, the maintenance of ecological balance in rural areas, the rational use, protection and reproduction of natural resources. According to the results of the assessment of the state of agricultural production in Ukraine, a change in the assortment of agricultural products was revealed in the direction of increasing the amount of cultivation of more profitable types of crop and livestock products. It was found that agricultural products occupy a leading place in Ukrainian exports. Attention is focused on the peculiarities of agricultural production, compared to other branches of the economy, which determine the specifics of the organization of marketing at agricultural enterprises. It was revealed that marketing research in the agricultural sector is mainly carried out by intermediaries, as a result of which the largest part of the profit is concentrated in intermediary structures. The stages of the process of implementation of marketing activities at enterprises producing agricultural products are characterized. It is substantiated that for the successful conduct of competition and the introduction of niche products, it is advisable to conduct marketing research and analyze the competitiveness of agricultural enterprises in the course of financial and economic activity, which will contribute to timely decision-making regarding changes in the product range, sales markets, and the enterprise management system. It has been proven that the use of marketing tools to increase the competitiveness of agricultural enterprises is important because it will contribute to taking into account external factors of influence and internal reserves of increasing efficiency. Attention is drawn to the need to select effective methods of competition and create the basis for the identification of the enterprise, which is determined by its marketing concept.

Key words: marketing, agricultural marketing, agriculture, enterprise, competitiveness, rural areas.

Introduction

In modern realities, the use of marketing tools plays an important role in ensuring the effective economic activity of agricultural enterprises and the competitiveness of agricultural products. Agricultural producers usually use only separate strategies of marketing activities, which do not give the desired economic, social and environmental effect. The effective functioning of the entire agro-industrial complex of the country depends on how thoughtfully and properly constructed the marketing system at agricultural enterprises is.

Currently, the existing political and economic situation does not allow agricultural producers to fully apply the entire marketing system. The main problem holding back the development of agricultural marketing in Ukraine is the full-scale invasion of Russia. In addition, the lack of involvement of marketing tools in the activities of agricultural producers is influenced by an underdeveloped market infrastructure, a lack of qualified personnel with experience in marketing work, and a lack of complete information about the state of domestic and foreign markets for agricultural products, a lack of material, technical and financial resources for creation and

operation marketing services at these enterprises. Therefore, there was a need to study the agricultural marketing system in the context of substantiating the promotion of goods from the producer to the consumer, determining the characteristics of agricultural activity in order to meet the needs of consumers and achieve the competitiveness of agricultural producers.

The problems of organizing the marketing system at enterprises are reflected in the studies of such scientists as O. Krasniak, S. Amons (Amons, 2020), L. Kurbatska, T. Ilchenko, I. Kadyrus, Y. Zaharchenko (Kurbatska et al., 2013), A. Sakun, I. Pantiuk (Sakun & Pantiuk, 2020), H. Kovalenko, I. Chukina (Kovalenko & Chukina, 2021), etc. Let's draw attention to the fact that despite the significant theoretical and applied achievements of scientists from the mentioned subject, the marketing support of commodity producers, taking into account the peculiarities of the organization in the agrarian sphere, needs to be researched.

The purpose of the study is to generalize and systematize the features of the marketing activity of agricultural enterprises, to deepen the theoretical basis of agricultural marketing, which will contribute to increasing the competitiveness of the economic activity of agricultural producers.

To achieve the goal, the following *tasks* are solved: to reveal the essence of the concept of “agromarketing”, to carry out an analysis of the volume of production of crop and livestock products in Ukraine; justify the importance of marketing support for increasing the competitiveness of agricultural enterprises.

Research materials and methods

The fundamental principles of marketing and economic theory and the scientific works of Ukrainian and foreign specialists in the field of agricultural marketing serve as the methodological basis for the study of marketing support for the competitiveness of agricultural enterprises. In the research process, generally accepted methods in economic science were used: monographic – in the theoretical substantiation of the concepts “agricultural marketing”, “competitiveness of enterprises”; economic-statistical – when assessing the volume of agricultural production, scientific generalization – when justifying the need to involve marketing tools to increase the competitiveness of agricultural enterprises.

The data of the State Statistics Service of Ukraine, publications on marketing support in the agricultural industry, electronic resources presented on the Internet, the results of the author's own research, etc. served as the information base of the study.

Findings and Discussion

Agricultural production is one of the most important sectors of the national economy. Its sustainable development contributes to strengthening the economic and social security of the state, increasing the quality of life of the population, increasing export potential, maintaining the ecological balance in rural areas, and rational use, protection, and reproduction of natural resources.

In today's realities, one should pay attention to the fact that the agricultural market is developing unstable because it is possible to observe significant fluctuations in prices for agricultural products. Therefore, in order to obtain maximum profits without harming the environment, it is necessary to attract highly qualified workers to the field of agriculture (Khomiuk & Karlin, 2022).

Statistical data show that agricultural production is able to satisfy the needs of consumers not only in the domestic market but also in the foreign market. Agricultural products occupy a leading place in Ukrainian exports. For example, in 2021, farmers exported grain and sunflower oil in the amount of 18.6 billion dollars. After the start of a full-scale invasion by Russian troops on February 24, the volume of agricultural exports decreased significantly. From July 1 to July 25, 2022, 1.082 million tons of grain and leguminous crops were exported, which is 40% lower compared to the same period in 2021 (AgroPolit.com, 2022).

As we can see from Table 1, during 1990–2020, there was a change in the assortment of agricultural products, which indicates an increase in the volume of cultivation in Ukraine of more profitable types of crop production, including rapeseed and sunflower. During the analyzed period, the volume of poultry farming doubled. In Ukraine, during 2014–2020, the number of enterprises engaged in agricultural activity increased by 1,324 units, while the number of farms, on the contrary, decreased by 1,233 units (Khomiuk et al., 2022).

The effective functioning of agrarian business has a significant impact on the formation of a positive image of the country, increasing the competitiveness of economic entities. In order to ensure the effective operation of agricultural enterprises in Ukrainian and foreign markets, especially taking into account the fierce competition, agricultural producers must apply a marketing approach to doing business. The application of marketing in the activities of agricultural enterprises is necessary for diagnosing the situation on the market, researching competitors, defining a market niche, and analyzing risks for functioning in a certain market. The marketing system is aimed at the orientation of production, the search for new types of products, the search, and analysis of partners, and the study of supply and demand.

In order to saturate the market with goods, it is necessary to satisfy the needs of the consumer through the improvement of the manufactured products, the improvement of their quality and competitiveness, and the expansion of the assortment. The role of marketing consists of the systematic study of the market, the identification and detection of the latest technologies and technical innovations, promoting the acceleration of their introduction into production, meeting the needs of the end consumer in order to gain market share and strengthen its position on it. According to A. Sakun and I. Pantiuk, the low level of efficiency, the lack of effective incentives in agribusiness, significant structural disparities, and the disparity of prices for agricultural products make the development of the theory and technology of agricultural marketing, ensuring the efficiency and competitiveness of products, particularly relevant (Sakun & Pantiuk, 2020).

Agricultural marketing is a management concept that ensures market orientation of the enterprise's production and sales activities, and management decisions are based not only on the producer's capabilities, but primarily on the needs of the agro-industrial market, existing and potential needs of consumers and buyers of agricultural products. The modern concept of marketing is that all activities of the enterprise are based on knowledge of consumer demand and its changes in the future. The mar-

keting system puts the production of goods in a functional dependence on demand and requires the production of goods in the assortment and quantity that the consumer needs. That is why agrarian marketing, as a set of methods for studying markets, in addition to everything else, directs its efforts to the creation of effective sales channels and comprehensive demand formation (Antoshchenko & Batyrov, 2014).

Table 1
Production of agricultural products in Ukraine

Type of agricultural production	1990	1995	2000	2005	2010	2015	2020	Basic growth rate for 2020-1990
Crop production								
Cereal and leguminous crops, thousand tons	51009	33930	24459	38016	39271	60126	64933	1,27
winter cereals, incl.	33560	18163	11348	19744	19899	29605	28038	0,84
wheat	30348	15969	9775	17683	16217	25937	24259	0,80
rye	1259	1207	966	1053	463	387	455	0,36
barley	1953	987	607	1008	3219	3281	3291	1,69
spring cereals, incl.	17449	15767	13111	18272	19372	30521	36895	2,11
wheat	26	304	422	1016	634	595	618	23,77
barley	7216	8646	6265	7967	5266	5007	4345	0,60
oat	1303	1116	881	791	459	489	510	0,39
corn for grain	4737	3392	3848	7167	11953	23328	30290	6,39
millet	338	268	426	141	117	213	256	0,76
buckwheat	420	341	481	275	134	128	98	0,23
fig	118	80	90	93	148	63	61	0,52
legumes	3266	1570	652	758	592	502	600	0,18
Sugar beet, thousand tons	44264	29650	13199	15468	13749	10331	9150	0,21
Rapeseed, thousand tons	130	40	132	285	1470	1738	2557	19,67
Soy, thousand tons	99	22	64	613	1680	393	2798	28,26
Sunflower, thousand volumes	2571	2860	3457	4706	6772	11181	13110	5,10
Potatoes, thousand tons	16732	14729	19838	19462	18705	20839	20838	1,25
Vegetable crops, thousand tons	6666	5880	5821	7295	8122	9214	9653	1,45
Fruit and berry crops, thousand tons	2902	1897	1453	1690	1747	2153	2024	0,70
Livestock production								
Meat, thousands of tons including beef and veal, thousand tons	4358	2294	1663	1597	2059	2323	2478	0,57
including pork, thousand tons	1986	1186	754	562	428	384	345	0,17
including poultry meat, thousand tons	1576	807	676	494	631	760	697	0,44
Milk, million tons	708	235	193	497	954	1144	1405	1,98
Eggs, million pcs.	24,5	17,3	12,7	13,7	11,2	10,6	9,7	0,40
Wool, thousand tons	16287	9404	8809	13046	17052	16783	16167	0,99
	29,8	13,9	3,4	3,2	4,2	2,3	1,6	0,05

Source: formed on the basis of statistical data (Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy, 2022)

According to V. Ammons, the main role of agricultural marketing is the organization of complex activities for the manufacture and sale of agricultural products, taking into account the implementation of an innovative policy focused on the creation of products that satisfy the needs of buyers and allow the production and economic activities of enterprises to be conducted with maximum profitability (Amons, 2020).

The peculiarities of marketing in the agricultural sector are closely related to the specifics of agricultural production, which is characterized by a variety of product ranges and market participants, as well as a variety of organizational forms of management. The purpose of the operation of an agro-industrial enterprise should be combined with the performance of a set of marketing functions, the essence of which, according to V. Antoshchenkova and B. Batirov, is as follows:

- firstly, orientation to the sales market, which involves the study of its objects and subjects, that is, consumers, competitors, information about the market situation and products;
- secondly, influence on the market through its study and analysis, adaptation to market conditions;
- thirdly, the organization of the system of sales of competitive products, collection, and processing of information;

– fourth, the orientation toward achieving long-term commercial success, which assumes the subordination of short-term interests to the goals of long-term stable advantages in the market (Antoshchenkova & Batyrov, 2014).

L. Kurbatska, T. V. Ilchenko, I. Kadyrus and Yu. Zakharchenko draws attention to the fact that agricultural production is significantly different from other types of activity due to the presence of restrictions that make the so-called start-up stage of production impossible at any time. They consider the agrarian structure as a ratio of economic, social, and technical components in the field of agricultural production, which are determined by agrarian legislation, the mobility of production factors, the specifics of the industry, and the living conditions of the rural population (Kurbatska et al., 2013). We agree with the opinion of scientists, but we believe that it is advisable to add an ecological component to the agrarian structure (Fig. 1). After all, at the current stage, not only social and economic problems in rural areas are worsening, but also ecological ones, such as the unsatisfactory ecological condition of agricultural lands, extensive use of land resources, soil degradation, increasing the application of mineral fertilizers and reducing organic fertilizers, reducing the natural potential of territories (Pavlikha & Khomiuk, 2017a).

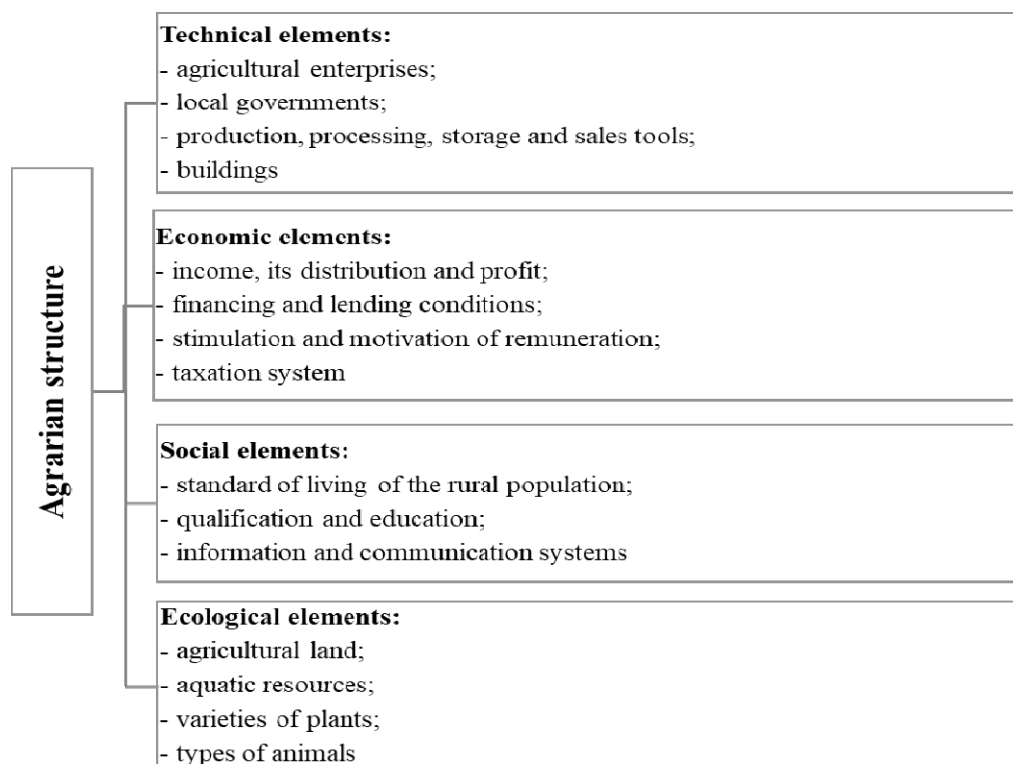


Fig. 1. Constituent elements of the agrarian structure

Source: formed by the authors on the basis of (Kurbatska et al., 2013) and based on own research

Among the features of agricultural marketing, which are determined by the specifics of agricultural production, it is advisable to emphasize the diversity of the assortment of agricultural products and a large number of market participants.

In addition, the products of plant and animal husbandry are essential goods. Usually, these goods have a short shelf life, so prompt delivery, safe packaging, service, and aesthetic support are necessary. Food products have not only a consumer purpose but also an aesthetic and moral one. Therefore, there is a dependence between the quality

of products and the terms and conditions of collection, storage, and transportation. It is worth paying attention to the seasonality of growing agricultural products and the significant influence of natural and climatic conditions on production results.

Another feature of agricultural marketing is that most agricultural producers work on the market of raw materials, not finished products. It should be noted that an important component of the agrosphere is industries specializing in the processing of agricultural products. The provision of food to the population, the reduction or increase of losses during transportation and storage of plant and animal products, and the production of agricultural products with a greater share of added value will allow them to be sold both on the domestic and foreign markets, depending on their activity (Khomiuik, 2019).

Although scientific and technical progress in the agricultural sector has a rapid pace of development (breeding of more advanced varieties of cultivated plants and breeds of animals), the products of the agricultural sector have a low level of diversification. After all, the products of the agricultural sector remain unchanged in terms of their consumer qualities, that is, potatoes remain the same potatoes, and it is very difficult to increase their utility for the consumer. Therefore, compared to other sectors of the economy, agricultural producers are more limited in their ability to raise the prices of their products, as, for example, mobile phone manufacturers do when they release a new model. However, after conducting marketing research, agricultural producers can diversify their activities by growing niche or organic products, which will contribute to increasing the competitiveness of agricultural enterprises.

When developing agricultural marketing tools, it is necessary to take into account the fact that in agriculture land is used both as an object of labour and as a means of production (Pavlikha & Khomiuk, 2017b). A plot of land cannot be moved in space like other means of production. Its owners or tenants may change, but not its location. Land resources, when used rationally, do not deteriorate their properties, but, on the contrary, improve them, that is, they do not wear out and cannot be amortized. It is worth paying attention to the fact that as a result of scientific and technical progress, other means of production are improved, replaced by more improved ones, and without land, any production process in agriculture becomes impossible. A unique natural feature of lands is their fertility. For example, several plots of land, the same in size, but unequal in soil composition, may yield unequal amounts of harvested agricultural products. This is caused by the different fertility of the lands. Only the presence of this property makes the soil a means of agricultural production and one of the most important productive forces.

Marketing research in the agricultural sector is mainly carried out by intermediaries. After all, they control the majority of export commodity flows, and wholesale and retail trade turnover, as a result of which most of the profit is concentrated in intermediary structures.

According to O. Krasniak and S. Amons, agro marketing is not only a system of product movement and product positioning, it is also a field diversified in terms of activity. Therefore, scientists have singled out such areas of

specialization in agricultural marketing as (Krasniak & Amons, 2020):

a) marketing of means of production for agriculture and processing industry;

b) marketing of agricultural raw materials supplied from agricultural enterprises and organizations to processing enterprises;

c) marketing of food products presented in trade to the final consumer.

Therefore, when training specialists in the field of agricultural marketing, the listed directions should be taken into account, since each of them has its own profile features and requires the development of special professional competencies from specialists in marketing enterprises.

To ensure the competitive development of agricultural enterprises, it is very important to choose an effective marketing research system. According to A. Sakun and I. Pantiuk, the process of implementing marketing activities at enterprises that produce agricultural products should cover certain stages (Sakun & Pantiuk, 2020).

In the first stage, the research on the agricultural market is carried out, and the possibilities of the enterprise for the cultivation of plant and animal products are analyzed. In addition, at the initial stage, it is also worth investigating possible ways of entering the domestic or foreign markets and the feasibility of using advertising to stimulate sales.

In the second stage of implementation of marketing activities at agricultural enterprises, the marketing management process is formed and a marketing plan is developed, which is compiled to describe the real market positions of the agricultural enterprise for the period and determines its market goals and methods of achieving them.

The third stage is characterized by increasing the amount of cultivation and improving the quality of agricultural products, taking into account changes in consumer needs.

In the fourth stage of agricultural marketing implementation, agricultural producers examine their own production capabilities and the capabilities of competitors in order to occupy a suitable niche in the market. At the same time, it is advisable to develop a strategy that would help define a market segment and occupy a profitable niche in order to be competitive. One of the promising areas of activity of agricultural enterprises is the cultivation of niche crops (Khomiuik, 2019).

It is worth paying attention to the fact that it is difficult and costly for small enterprises to grow plant or animal products in large batches and compete with large economic entities in terms of supply volumes. Therefore, they try to master little popular niches in order to be competitive and get maximum profit (Khomiuik & Pavlikha, 2020).

In the fifth stage, an in-depth analysis of market segments is carried out, on the basis of which the company's business plan is developed for market penetration and expansion of sales markets in order to meet consumer needs. A properly developed marketing policy will allow agricultural producers to earn long-term profits and occupy their niche in the market (Sakun & Pantiuk, 2020).

According to H. Kovalenko and I. Chukina, one of the most successful ways of organizing sales and supply in

agricultural enterprises is the functional type. The creation of this type of service involves the creation of special units responsible for performing certain functions. The creation of marketing departments by agricultural enterprises will be able to ensure the strengthening of competitive advantages and competitiveness in the market, appropriate positioning (Kovalenko & Chukina, 2021).

Effective marketing activities contribute to strengthening the competitive advantages of agricultural enterprises. Having analyzed the scientific literature, the following types of competitive advantages can be distinguished:

- absolute, which are associated with the availability of unique resources and production capabilities, and relative, which are due to better, compared to other regions, opportunities or conditions for the production and sale of products or the provision of services;

- quantitative (market share) and qualitative characteristics of the region's functions, goods, or services of its enterprises;

- actual (implemented) and potential (not used today).

At the same time, it is the realized competitive advantages that ensure the competitiveness of enterprises, so it is necessary to identify the mechanism of formation, support, and use of competitive advantages, which, in turn, will lead to the competitiveness of all agricultural enterprises.

It is appropriate to distinguish four levels of competitiveness formation (Fig. 2), among which the competitiveness of enterprises is considered at the micro level (Khomiuk, 2019). As can be seen, the formation of competitiveness is multi-level, therefore, to ensure the competitiveness of agricultural enterprises, it is necessary to take into account the interrelationship between all levels.

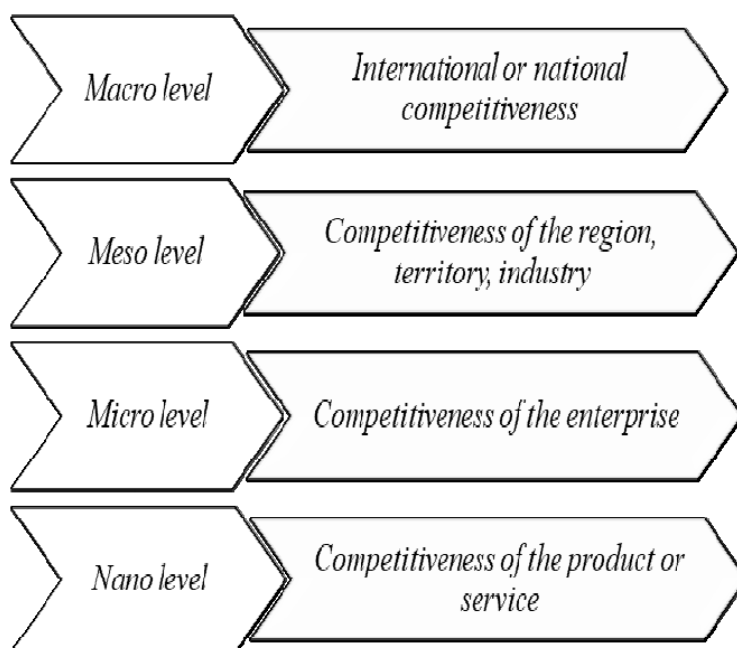


Fig. 2. Levels of competitiveness formation

Source: formed by the authors on the basis of (Khomiuk, 2019)

In order to successfully compete and conquer one's market "niche", it is necessary to constantly conduct marketing research and analyze the competitiveness of agrarian enterprises in the course of financial and economic activity, which will contribute to timely decision-making regarding changes in it, in particular in the product range, the need to find new sales markets, systems enterprise management. At the same time, overcoming modern problems and developing the competitiveness of agricultural enterprises in the future are possible under the conditions of the formation of an effective enterprise management system aimed at strategic development and obtaining long-term results.

The use of marketing tools to increase the competitiveness of agricultural enterprises is important because it takes into account not only external influencing factors but first of all internal reserves for improving efficiency. At the same time, it is necessary to select effective methods of competition and create a basis for the identification

of the enterprise, which is determined by its marketing concept.

Conclusion

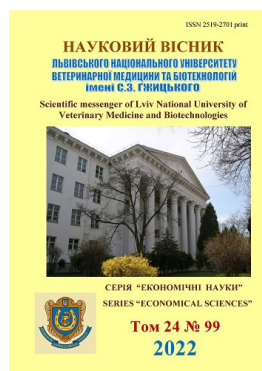
The activity of most enterprises of Ukraine, including business entities in the agro-industrial complex, in the conditions of a market economy, is based on obtaining profit, therefore marketing is one of the key elements in the management structure. Only by using the principles of marketing activity, do agricultural enterprises focus on the real consumer of their products and services. The concept of marketing can be applied in any agro-industrial formation, regardless of the volume and nature of product sales. It was revealed that the specificity of marketing organization at agricultural enterprises has fundamental differences from similar systems in other branches of the economy, which are caused by the peculiarities of agricultural production and the specific properties of its prod-

ucts. The presence of a time gap between the production and sale of agricultural products requires the creation of large storage and refrigeration facilities.

Prospects for further research. In the future, it is planned to substantiate the conceptual principles of marketing management at agricultural enterprises and to outline the ways of increasing the efficiency of the functioning of agricultural producers in order to increase the profit of agricultural formations.

References

- AgroPolit.com (2022). Za misiats Ukraina eksportovala ponad 1 mln t zernovykh ta zernobovykh. URL: <https://agropolit.com/news/24145-za-misyats-ukrayina-eksportovala-ponad-1-mln-t-zernovih-ta-zernobovih> (data zvernennia 03.09.2022) (in Ukrainian).
- Amons, S. E. (2020). Agromarketing as a function of management in agricultural enterprises. *Colloquium-journal*, 21(73). 60–65. doi: 10.24411/2520-6990-2020-12096.
- Antoshchenkova, V., & Batyrov, B. (2014). Ahrarniy marketynh, aktualnist i perspektyvy. *Ekonomichniy dyskurs*, 2. 209–212. URL: http://sophus.at.ua/publ/2014_05_22_23_kampodilsk/sekcija_5_2014_05_22_23/agrarnij_marketing_aktualnist_i_perspektivi/63-1-0-988 (data zvernennia 03.09.2022) (in Ukrainian).
- Derzhavna sluzhba statystryky Ukrainy: ofits. veb-sait: ukrain. versii. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (in Ukrainian).
- Khomiuk, N. L. (2019). Diversification of rural development in the context of decentralization: monohrafiia. Lutsk: Vezha Druk (in Ukrainian).
- Khomiuk, N. Antoniuk, D., & Karlin, M. (2022). Modern trends of entrepreneurship development in rural areas. *Prychornomorski ekonomichni studii*, 74, 168–174. doi: 10.32843/bses.74-25.
- Khomiuk, N., & Karlin, M. (2022). Agromarketing as a tool for sustainable development of rural communities. *Naukovi pratsi Donetskoho natsionalnoho tekhnichnoho universytetu. Serii: Ekonomichna*, 1(25), 39–47. doi: 10.31474/1680-0044-2022-1(25)-39-47.
- Khomiuk, N. L., & Pavlikha, N. V. (2020). Directions of diversification of agricultural production in Ukraine on the basis of sustainable development. *Scientific Messenger of Lviv National University of Veterinary Medicine and Biotechnologies. Series: Economical Sciences*, 22(95), 45–51. doi: 10.32718/nvlvet-e9508.
- Kovalenko, H. & Chukina, I. (2021). Improvement of management of marketing activity of agrarian enterprises. *Efektivna ekonomika*, 1. doi: 10.32702/2307-2105-2021.1.86.
- Krasniak, O., & Amons, S. (2020). Agromarketing in the enterprise management system: theoretical aspect. *Colloquium-journal*, 32(84), 9–14. doi:10.24412/2520-2480-2020-3284-9-14.
- Kurbatska, L. M., Ilchenko, T. V., Kadyrus, I. G., & Zaharchenko, Y. V. (2013). Marketynhove zabezpechennia diialnosti ahrarnykh pidpryemstv v umovakh rynkovoho seredovyshcha. *Agrosvit*, 10, 25-31. URL: <http://www.agrosvit.info/?op=1&z=1267&i=5> (data zvernennia 03.09.2022) (in Ukrainian).
- Sakun, A., & Pantiuk, I. (2020). Vprovadzhenia marketynhovo diialnosti na pidpryemstvakh vyrobnykakh plodoiahidnoi produktsii. *Tavriiskiyi naukoviyi visnyk. Serii: Ekonomika*, 1, 154–161. doi:10.32851/2708-0366/2020.1.19.
- Pavlikha, N. V., & Khomiuk, N. L. (2017a). Transformatsiia systemy platezhiv za korystuvannia zemliamy silskohospodarskoho pryznachennia: monohrafiia. Lutsk: Volynianyn, Lutsk (in Ukrainian).
- Pavlikha, N. V., & Khomiuk, N. L. (2017b). Vyznachennya sutnosti silskykh katehoriy. *Visnyk Volynskoho instytutu ekonomiky ta menedzhmentu*, 19, 306–313. URL: <http://esnuir.eenu.edu.ua/handle/123456789/14539> (data zvernennia 04.09.2022) (in Ukrainian).



Науковий вісник Львівського національного університету
ветеринарної медицини та біотехнологій імені С.З. Гжицького.
Серія: Економічні науки

Scientific Messenger of Lviv National University
of Veterinary Medicine and Biotechnologies.
Series: Economical Sciences

ISSN 2519-2701 print

<https://nvlvet.com.ua/index.php/economy>

doi: 10.32718/nvlvet-e9902

UDC 339.138: 338

Rural tourism as an alternative direction of activity diversification of agricultural products producers

H. Vyslobodska¹, B. Brychka¹, O. Bulyk²

¹Stepan Gzhytskyi National University of Veterinary Medicine and Biotechnologies Lviv, Lviv, Ukraine

²Lviv National Environmental University, Dubliany, Ukraine

Article info

Received 19.09.2022

Received in revised form

21.10.2022

Accepted 22.10.2022

Stepan Gzhytskyi National University of Veterinary Medicine and Biotechnologies Lviv,
Pekarska Str., 50, Lviv, 79010, Ukraine.
Tel.: + 38-096-74-115-17
E-mail: vyslgal@i.ua

Lviv National Environmental University,
V. Velykoho Str., 1, Dubliany, 80381, Ukraine.
Tel.: + 38-063-95-321-22
E-mail: kseniabulyk@gmail.com

Vyslobodska, H., Brychka, B., & Bulyk, O. (2022). Rural tourism as an alternative direction of activity diversification of agricultural products producers. Scientific Messenger of Lviv National University of Veterinary Medicine and Biotechnologies. Series: Economical Sciences, 24(99), 10–14. doi: 10.32718/nvlvet-e9902

The article highlights the peculiarities of the diversification of the activities of producers of agricultural products, in particular in the context of the development of rural tourism. The works of domestic scientists devoted to the development of rural tourism in Ukraine and the diversification of agricultural enterprises were analyzed. A number of methods were selected for this study. The essence of the concepts "rural tourism", "diversification of activities", etc. has been determined. The main directions of diversification of agricultural development are graphically depicted. It is described that farming, ecological tourism and agrotourism are the main types of green tourism in Ukraine. It is indicated that the production of agricultural products often does not provide an adequate level of income to those engaged in it, which serves as a reason for the search for new ways of obtaining profit. It was found that the diversification of activities and the development of green tourism in rural areas have a positive effect on the socio-economic situation of the territories, is a catalyst for the development of infrastructure and the growth of employment of the population in rural areas. It is indicated that the development of green tourism allows preserving local traditions and culture of the population, gastronomic preferences and own authenticity. It has been established that green tourism is mainly carried out by medium and small producers of agricultural products - farmers and households. The dynamics of changes in the number of tourists in the field of green tourism in Lviv region are shown. A number of problematic aspects have been identified that negatively affect the development of rural tourism, in particular, the lack of a legal framework and effective state policy regarding activities in the field of rural tourism, the poor condition of transport routes in rural areas, insufficient funds to start this type of activity. The problem of the lack of adequate statistical information on the activities of business entities providing rural green tourism services has been established. It is proposed to improve the regulatory and legal support of activities in the field of rural tourism and to implement local measures to stimulate the implementation of such activities, as well as the need to create an effective mechanism of communication with society.

Key words: rural tourism, producer of agricultural products, rural areas, diversification of activities, profit.

Зелений туризм як альтернативний напрямок диверсифікації діяльності виробників сільськогосподарської продукції

Г. Вислободська¹, Б. Бричка¹, О. Булик²

¹Львівський національний університет ветеринарної медицини та біотехнологій імені С. З. Гжицького, м. Львів, Україна

²Львівський національний університет природокористування, м. Дубляни, Україна

У статті висвітлено особливості диверсифікації діяльності виробників сільськогосподарської продукції, зокрема у контексті розвитку зеленого туризму. Проаналізовано праці вітчизняних науковців присвячені розвитку зеленого туризму в Україні, диверсифікації діяльності сільськогосподарських підприємств. Вибрано ряд методів для даного дослідження. Визначено сутність понять «зелений туризм», «диверсифікація діяльності» та ін. Графічно зображено основні напрями диверсифікації сільськогосподарського розвитку. Описано, що фермерський, екологічний туризм та агротуризм є основними видами зеленого туризму в Україні. Вказано, що виробництво сільськогосподарської продукції часто не забезпечує належного рівня доходів зайнятим у ньому, що слугує причиною для пошуку нових шляхів отримання прибутку. Виявлено, що диверсифікація діяльності та розвиток зеленого туризму у сільській місцевості мають позитивний вплив на соціально-економічне становище територій, є каталізатором розвитку інфраструктури та зростання зайнятості населення у сільській місцевості. Вказано, що розвиток зеленого туризму дозволяє зберегти місцеві традиції та культуру населення, гастрономічні уподобання та власну автентичність. Встановлено, що зеленим туризмом в основному, займаються середні та малі виробники сільськогосподарської продукції – фермери та домогосподарства. Показана динаміка зміни кількості туристів у сфері зеленого туризму Львівщини. Виявлено низку проблемних аспектів, що негативно впливають на розвиток зеленого туризму, зокрема відсутність правового поля та ефективної державної політики щодо діяльності у сфері зеленого туризму, поганий стан транспортних шляхів у сільській місцевості, недостатня кількість коштів для початку здійснення такого виду діяльності. Встановлено проблематику відсутності належної статистичної інформації щодо діяльності суб'єктів господарювання, що надають послуги з сільського зеленого туризму. Запропоновано покращити нормативно-правове забезпечення діяльності у сфері сільського туризму та запровадити на місцях заходи щодо стимулювання здійснення такої діяльності, а також необхідність створення ефективного механізму комунікації з суспільством.

Ключові слова: зелений туризм, виробник сільськогосподарської продукції, сільські території, диверсифікація діяльності, прибуток.

Вступ

Актуальність теми. Життя і зайнятість населення сільської місцевості здебільшого асоціюються із аграрним сектором економіки та виробництвом сільськогосподарської продукції зокрема. Проте очевидним залишається той факт, що часто сільськогосподарське виробництво не приносить достатнього рівня доходів населенню, і сільські жителі змушені шукати альтернативні шляхи заробітку. Однією із сфер діяльності на селі може бути зелений туризм. В Україні сільський зелений туризм лише розвивається, тому є необхідність у подальших дослідженнях його розвитку.

Проблематика розвитку зеленого туризму висвітлена у дослідженнях: О. Бойка (Boiko, 2020), А. Стренковська, О. Євдокімова (Strenkovska &, Yevdokimova, 2019), П. Гаврилко, А. Колодійчука, Ф. Важинського (Havrylko et al., 2018) та у багатьох інших працях. Є ряд праць присвячених питанням диверсифікації діяльності суб'єктів господарювання, до прикладу: Є. Богуславського (Bohuslavskiyi & Horiannyk, 2016), А. Прилуцького, В. Герасимчука (Prylutskiyi & Herasymchuk, 2019), Н. Хоміюк (Khomiuk, 2018) та ін. В основному ці роботи є вузькоспеціалізованими та описують питання розвитку сільського туризму та диверсифікації окремо, не приділяючи належної уваги їх зв'язкам. Враховуючи те, що зелений туризм може бути одним із напрямків диверсифікації діяльності сільськогосподарських товаровиробників, дослідження цієї тематики є актуальним та потребує подальших наукових досліджень.

Мета і завдання дослідження полягає у дослідженні основних теоретичних та практичних аспектів розвитку зеленого туризму як одного із напрямків диверсифікації діяльності агровиробників.

Матеріал і методи досліджень

У дослідженні розвитку зеленого (сільського) туризму як одного із видів діяльності виробників сільськогосподарської продукції застосовувалися загальнонаукові методи дослідження, в т.ч.: монографічний метод, при комплексному дослідженні проблем діяль-

ності у сфері зеленого туризму, аналіз та синтез, при порівнянні економічних показників діяльності суб'єктів господарювання зайнятих туризмом у сільській місцевості; графічний – при відображенні динаміки та тенденцій розвитку сільського туризму в Україні.

Результати та їх обговорення

Сільськогосподарський сектор економіки України є нестабільною (у плані отримання позитивних фінансових результатів) галуззю. Виробництво продукції аграрного сектору потребує постійних капіталовкладень, а її реалізація на ринку та отримання прибутку може бути здійснена як через декілька місяців, так і через кілька років. До прикладу, щоб отримати продукцію садівництва фермерам слід вкладати кошти у свій сад декілька років, перш ніж буде вирощено перший урожай. Така ситуація сприяє пошуку агровиробниками нових способів отримання доходів та часто освоєнню нових видів діяльності, що можна іменувати терміном «диверсифікація діяльності».

Диверсифікацію трактують як одномоментний розвиток господарюючим суб'єктом кількох, не пов'язаних між собою видів діяльності, розширення асортименту вироблених товарів або наданих послуг (Skorobohatov & Kutserubova, 2011).

Диверсифікація сприяє раціональному використанню трудових ресурсів, зростанню доходів агровиробників та сільських жителів, сприяє соціальному розвитку сільських територій (Bohuslavskiyi & Horiannyk, 2016).

Є. Богуславський виділяє наступні напрями диверсифікації сільськогосподарської діяльності (рис. 1).

Одним із напрямів диверсифікації діяльності сільськогосподарських товаровиробників є діяльність у сфері послуг, а саме туристична діяльність.

В. Бойко трактує поняття сільського зеленого туризму як «...вид відпочинкового туризму у сільській місцевості з відносно незайманою природою, де туристи ведуть спосіб життя притаманний відповідній місцині з урахуванням звичаїв, етнічних та колоритних особливостей, виконують традиційну просту

сільську працю задля одержання естетичного задоволення та з метою культурного розвитку і оздоровлення» (Boiko, 2020).

Проаналізувавши вище наведене визначення, можемо сказати, що здебільшого сільським зеленим туризмом займаються дрібні сільськогосподарські виробники – фермерські господарства та домогоспо-

дарства. Фермери та сільські жителі по суті живуть своїм звичним способом життя, ведуть сільськогосподарську діяльність і одночасно приймають відпочиваючих у своїй оселі. Таким чином вони забезпечують ринок сільськогосподарської продукції своїми товарами (розвиток аграрного сектору) та рекреаційну і пізнавальну функцію туризму (розвиток туризму).

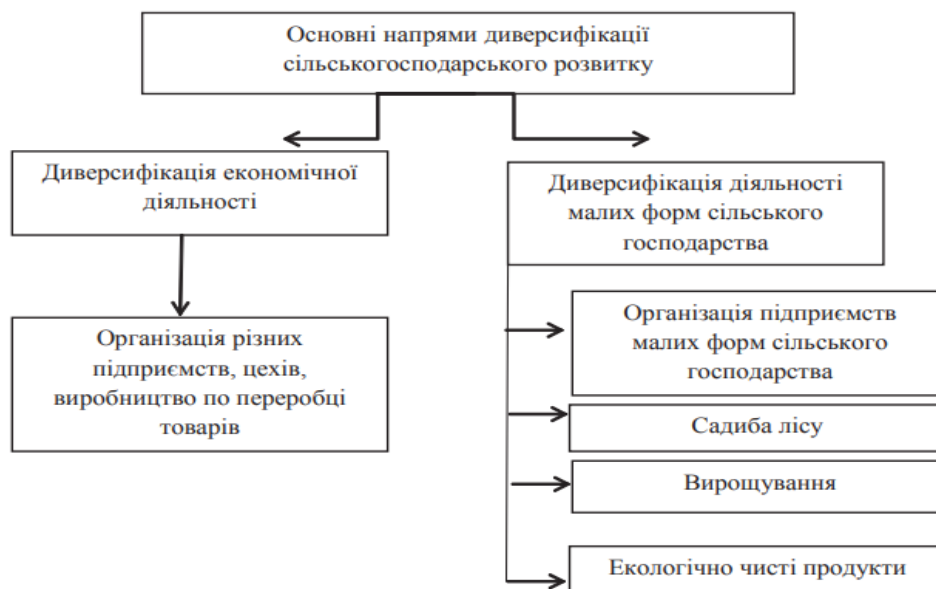


Рис. 1. Основні напрями диверсифікації діяльності виробників сільськогосподарської продукції*

*Джерело: (Bohuslavskiy & Horianyk, 2016)

Діяльність з обслуговування туристів у сільській місцевості потребує капіталовкладень, зокрема слід забезпечити комфортне проживання туристів у своїй садибі, облаштувати номери відповідно до стандартів обслуговування,

Нажаль точну кількість сільських садиб та агроосель в Україні важко проаналізувати, оскільки практично немає ніяких статистичних даних, що стосу-

ються цієї діяльності в Україні загалом. Проте на основі статистичної інформації та опрацьованих літературних джерел можна відобразити кількість туристів, що скористалися послугами зеленого туризму окремих регіонів. На рисунку 2 зображена динаміка кількості туристів у Львівській області, що споживали саме туристичний продукт сільського туризму.

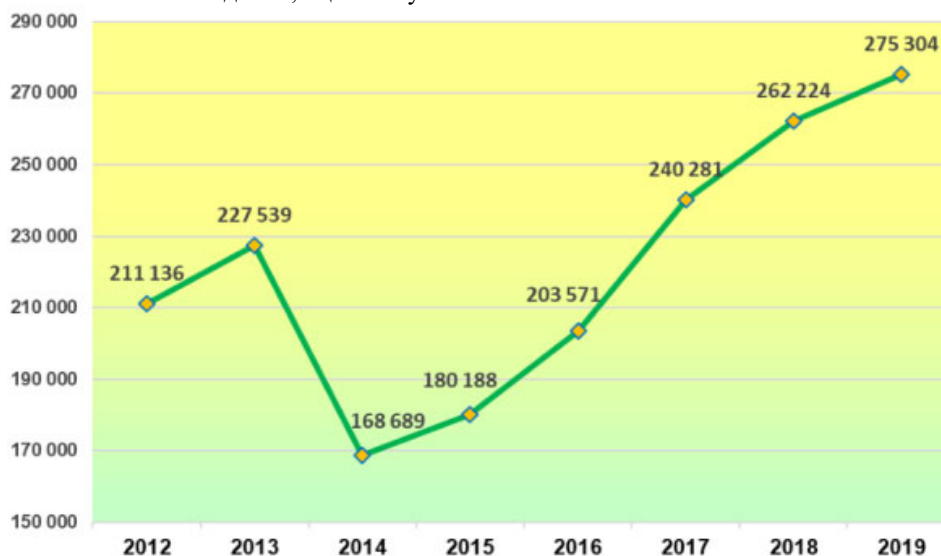


Рис. 2. Динаміка зміни кількості туристів у сфері зеленого туризму Львівщини*

*Джерело: сформовано на основі (Holovne upravlinnia statystyky..., 2022; Spilka silskoho zelenoho turyzmu..., 2022)

Основними видами зеленого туризму є наступні (рис. 3). Позитивний вплив розвитку зеленого туризму на економічний та соціальний стан територій проявляється у наступних аспектах: розширення асортименту реалізованої продукції та послуг, а отже, й шляхів отримання доходів; вирішення проблем зайнятості сільського населення; покращення інфраструктури сільських територій; відродження та підтримання місцевих традицій та народних промыслів.

Проте й існує низка проблемних питань у розвитку сільського зеленого туризму, основними з них є наступні:

- немає розробленої державної стратегії розвитку зеленого туризму;
- критично поганий стан доріг у сільській місцевості;

- низький рівень сервісу у частині сільських садиб та агроосель;
- низький рівень доходів громадян – потенційних клієнтів у сфер сільського туризму;
- недостатня обізнаність населення про наявні туристичні послуги у селі;
- нестача вже сформованих туристичних маршрутів, які б містили послуги з проживання саме у сільських садибах;
- фінансова нестабільність та неспроможність сільських жителів профінансувати створення та утримання житла для туристів;
- відсутність статистичної інформації, яку можна було б використати для аналізу стану ринку зеленого туризму чи то на місцевому чи на регіональному рівні, та яка б слугувала базою для пошуку рішень щодо покращення цього сектору економіки.

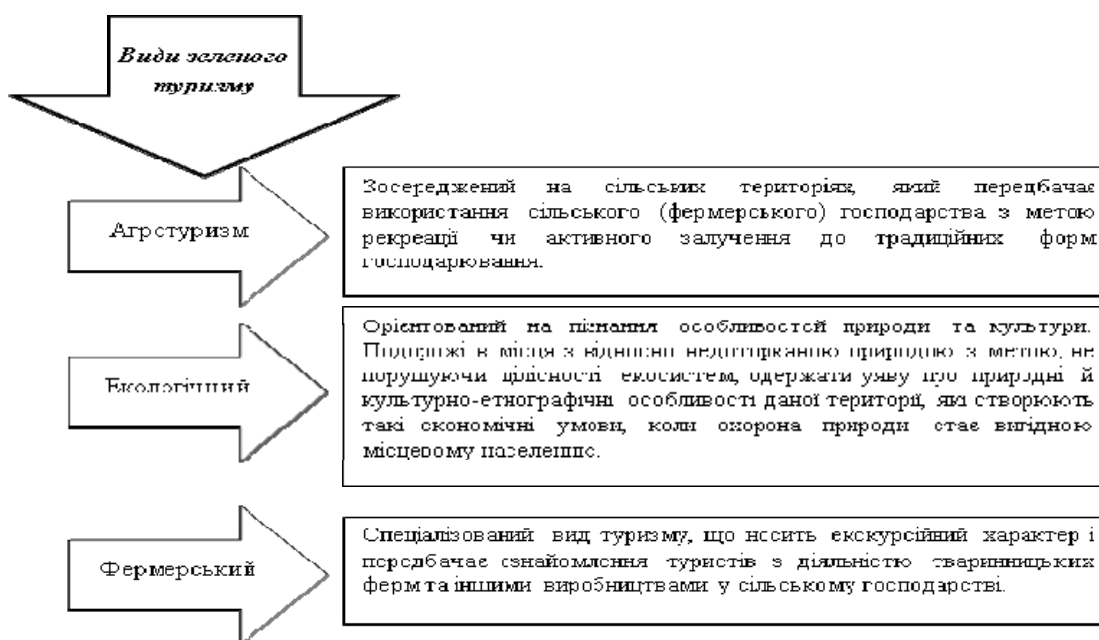


Рис. 3. Види зеленого туризму*

*Джерело: сформовано на основі (Kasii, 2020)

Таким чином, для здійснення ефективної діяльності сільськогосподарських виробників у сфері зеленого туризму в Україні слід покращити загальнодержавну та місцеву політику, яка б сприяла його розвитку, пропагувала таку діяльність серед сільського населення. Варто також створити сприятливе для здійснення туристичної діяльності на селі прозоре та дієве нормативно-правове поле, механізм комунікації з суспільством в частині пропонування туристичних послуг.

Висновки

Виробництво сільськогосподарської продукції не завжди приносить очікувані доходи і часто сільські жителі потребують розширення видів своєї діяльності. Зелений туризм може стати одним із таких. Фермери та селяни мають змогу вести звичну діяльність у галузі сільського господарства та ознайомлювати

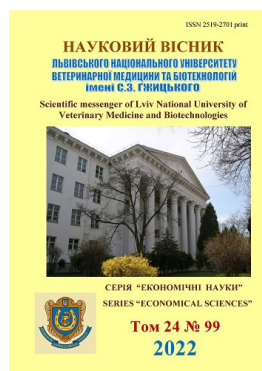
подорожуючих з сільським способом життя, локальними традиціями, місцевою кухнею та ін.

Перспективи подальших досліджень. Важливим напрямом досліджень розвитку зеленого туризму як напрямку диверсифікації діяльності виробників сільськогосподарської продукції, на наш погляд, повинен стати моніторинг локальних ринків, що дозволить отримати більше інформації про дану діяльність в Україні, провести її детальний аналіз та сформувані конкретні рекомендації для вдосконалення діяльності суб'єктів на даному ринку.

References

Bohuslavskiy, Ye. I., & Horianyk, O. V. (2016). Dyversyfikatsiia silskohospodarskoho vyrobnytstva. Ahrosvit, 8, 40–47. URL: <http://www.agrosvit.info/?op=1&z=2163&i=6> (data zvernennia 05.09.2022) (in Ukrainian).

- Boiko, V. O. (2020). Silskyi zeleni turyzm v Ukraini: problemy ta perspektyvy. *Ahrosvit*, 22, 58–65. doi: 10.32702/2306-6792.2020.22.58.
- Havrylko, P. P., Kolodiichuk, A. V., & Vazhynskyi, F. A. (2018). Silskyi zeleni turyzm yak faktor aktyvizatsii ekonomichnoi diialnosti silskoho naselennia. *Naukovyi visnyk Uzhhorodskoho universytetu. Serii Ekonomika*, 1 (51), 137–141. doi:10.24144/2409-6857.2018.1(51).137-141 (in Ukrainian).
- Holovne upravlinnia statystyky u Lvivskii oblasti. (2022). URL: <https://www.lv.ukrstat.gov.ua/> (data zvernennia 10.11.2022) (in Ukrainian).
- Kasii, L. (2020). Formuvannia orhanizatsiino-ekonomichnogo mekhanizmu upravlinnia rozvytkom silskoho (zelenoho) turyzmu Lvivshchyny. *Molodyi vchenyi*, 3(79), 23–28. doi:10.32839/2304-5809/2020-3-79-6 (in Ukrainian).
- Kubai, O. H., & Deneha, Yu. V. (2021). Dyversyfikatsiia diialnosti yak faktor zbalansovanoho rozvytku ahrarykh pidpriemstv. *Investytsii: praktyka ta dosvid*, 21, 85–92. doi: 10.32702/2306-6814.2021.21.85 (in Ukrainian).
- Prylutskyi, A. M., & Herasymchuk, V. H. (2019). Dyversyfikatsiia pidpriemnytskoi diialnosti yak instrument zrostannia prybutkovosti pidpriemstva. *Ekonomika. Finansy. Pravo*, 11/2, 17–20. doi:10.37634/efp.2019.11(2).4 (in Ukrainian).
- Semenova, V. H. (2019). Innovatsiinyi rozvytok pidpriemstv v konteksti dyversyfikatsii diialnosti. *Visnyk sotsialno-ekonomichnykh doslidzhen*, 2-3(70-71), 219–226. doi:10.33987/vsed.2-3(70-71).2019.219-226 (in Ukrainian).
- Skorobohatov, M. M., & Kutserubova, O. I. (2011). Dyversyfikatsiia yakodyn iz shliakhiv pidvyshchennia efektyvnosti diialnosti pidpriemstv u suchasnykh umovakh. *Ekonomichni visnyk Donbasu*, 3(25), 18–21. URL: <http://dspace.nbu.gov.ua/handle/123456789/24129> (data zvernennia 06.09.2022) (in Ukrainian).
- Spilka silskoho zelenoho turyzmu Ukrainy. (2021). URL: <https://www.greentour.com.ua/> (data zvernennia: 10.09.2022) (in Ukrainian).
- Strenkovska, A. Yu., & Yevdokimova, O. M. (2019). Problemy ta perspektyvy rozvytku zelenoho turyzmu v Ukraini. *Prychornomorski ekonomichni studii*, 38-2, 41–44. URL: http://bses.in.ua/journals/2019/38_2_2019/10.pdf (data zvernennia 04.09.2022) (in Ukrainian).
- Fedorenko, T. M. (2020). Doslidzhennia konkurentnogo seredovyscha subiektiv rynku turystychnykh posluh Ukrainy v konteksti formuvannia stratehii staloho rozvytku. *Investytsii: praktyka ta dosvid*, 2, 68–75. doi: 10.32702/2306-6814.2020.2.68 (in Ukrainian).
- Khomiuk, N. L. (2018). Dyversyfikatsiia rozvytku silskykh terytorii yak ekonomichna katehoriia. *Orhanizatsiino-ekonomichni zasady informatsiinoho zabezpechennia ekonomiky : kolektyvna monohrafiia*. Rivne: NUVHP, 232–242. URL: <https://evnuir.vnu.edu.ua/handle/123456789/14145> (data zvernennia 06.09.2022) (in Ukrainian).
- Yakymchuk, A., Popadynets, N., Valiuk, A., Skrypko, T., & Levkov, K. (2021). Silskyi «zelenyi» turyzm yak katalizator rozvytku mistsevoi ekonomiky v protsesi detsentralizatsii vlady. *Agricultural and Resource Economics: International Scientific E-Journal*, 7(1), 232–259. doi:10.51599/are.2021.07.01.12 (in Ukrainian).



Науковий вісник Львівського національного університету
ветеринарної медицини та біотехнологій імені С.З. Гжицького.
Серія: Економічні науки

Scientific Messenger of Lviv National University
of Veterinary Medicine and Biotechnologies.
Series: Economical Sciences

ISSN 2519-2701 print

<https://nvlvet.com.ua/index.php/economy>

doi: 10.32718/nvlvet-e9903

UDC 330.131.3:339.137(477)

Management of economic competition in the context of COVID-19: European initiatives and lessons for Ukraine

M. V. Vovk, O. V. Kindrat, O. Y. Hrymak

Stepan Gzhytskyi National University of Veterinary Medicine and Biotechnologies Lviv, Lviv, Ukraine

Article info

Received 20.09.2022

Received in revised form
22.10.2022

Accepted 23.10.2022

Stepan Gzhytskyi National University of Veterinary Medicine and Biotechnologies Lviv, Pekarska Str., 50, Lviv, 79010, Ukraine. Tel.: + 38-067-75-282-52
E-mail: mirkavovk21@gmail.com

Vovk, M. V., Kindrat, O. V., & Hrymak, O. Y. (2022). Management of economic competition in the context of COVID-19: European initiatives and lessons for Ukraine. Scientific Messenger of Lviv National University of Veterinary Medicine and Biotechnologies. Series: Economical Sciences, 24(99), 15–19. doi: 10.32718/nvlvet-e9903

Due to the coronavirus epidemic, a large number of changes occurred not only in social life, but also in the economy. These changes and unforeseen circumstances faced by most enterprises should encourage business entities to cooperate and coordinate their activities in order to overcome the consequences of the economic crisis. However, this was not the case in practice. After all, in business conditions with strict quarantine restrictions, enterprises were prone to both fierce competition and forced cooperation. Therefore, it should be stated that in many countries of Europe and the world in general, the pandemic has caused increased involvement of the state in the economy, and therefore a greater intensity of activities to coordinate the behaviour of business entities. This article is designed to reveal the important role of the impact of the COVID-19 pandemic on competition and competitiveness market economies. It further details what kind of changes have taken place in the field of protection of economic competition caused by the COVID-19 pandemic. The question of maintaining a healthy competitive struggle and maintaining one's positions in the market economy in crisis conditions is revealed. It is noted that the principles of protecting the economy from external competition, ensuring food and economic security have undergone changes. It describes how enterprises cooperated with each other during the pandemic and what consequences this has for the post-Covid economy. It is indicated how important it is not to ignore the process of forming the price policy of enterprises and to carry out an analysis regarding the absence of abuse of market power or actions deliberately coordinated with competitors, or the presence of enterprises in a dominant position on the market. The reaction to the pandemic crisis in Europe on the part of the relevant state structures is shown, and the role of the Antimonopoly Committee of Ukraine in the formation and implementation of competition policy in this crisis period is revealed. European initiatives to overcome the economic crisis caused by the COVID-19 pandemic are characterized, and useful tools for overcoming it for Ukraine are presented.

Keywords: competition, competitiveness, competitive economy, cooperation, coordination, economic crisis, COVID-19.

Управління економічною конкуренцією в умовах COVID-19: європейські ініціативи та уроки для України

M. V. Vovk, O. V. Kindrat, O. Y. Hrymak

Львівський національний університет ветеринарної медицини та біотехнологій імені С. З. Гжицького, м. Львів, Україна

Через епідемію коронавірусу відбулася велика кількість змін не тільки в суспільному житті, але й в економіці. Ці зміни та непередбачені обставини, з якими зустрілось більшість підприємств, мали б спонукати суб'єкти господарювання до співпраці та координації своєї діяльності з метою подолання наслідків економічної кризи. Проте на практиці здебільшого відбувалися інші процеси. Адже в умовах господарювання при жорстких карантинних обмеженнях підприємства були схильні як до жорсткої

конкуренції, так і до вимушеної співпраці. Тому слід констатувати, що в багатьох країнах Європи та світу загалом пандемія спричинила посилення залученості держави в економіку, а отже, і більшу інтенсивність діяльності з координації поведінки суб'єктів господарювання. Дана стаття покликана розкрити важливу роль впливу пандемії COVID-19 на конкуренцію та конкурентоспроможність в ринковій економіці. В роботі показано, які зміни відбулися у сфері захисту економічної конкуренції, спричинені пандемією COVID-19. Розкрито питання дотримання здорової конкурентної боротьби та утримання своїх позицій в ринковій економіці в умовах кризи. Зазначено, яких змін зазнали принципи захисту економіки від зовнішньої конкуренції, забезпечення продовольчої та економічної безпеки. Описано, як в умовах пандемії підприємства співпрацювали один з одним і які наслідки це має для постковідної економіки. Вказано, наскільки важливо не залишати без уваги процес формування цінової політики підприємств та здійснювати аналіз щодо відсутності зловживань ринковою владою чи діями, свідомо узгодженими з конкурентами, або наявності в підприємства домінуючого становища на ринку. Показано реакцію на пандемічну кризу в Європі з боку відповідних державних структур та розкрито роль Антимонопольного комітету України у формуванні та реалізації конкурентної політики у цей кризовий період. Охарактеризовано європейські ініціативи подолання економічної кризи, викликаної пандемією COVID-19, та подано корисні інструменти її подолання для України.

Ключові слова: конкуренція, конкурентоспроможність, конкурентна економіка, співпраця, координація, економічна криза, COVID-19.

Вступ

Поява COVID-19 вплинула на мінливість та невизначеність середовища організації, а також посилила існуючі зміни зовнішніх чинників, а саме глобальну конкуренцію, обмеження з боку держави, економічні кризи, зміни споживацької поведінки та інші (Teslenok & Pavlova, 2021). Основна мета правил конкуренції – забезпечення належного функціонування вітчизняного внутрішнього ринку, що є ключовим фактором у забезпеченні добробуту громадян України, бізнесу та суспільства в цілому. Ефективна конкуренція дозволяє підприємствам конкурувати на рівних умовах. Водночас повинен існувати регуляторний механізм, який контролюватиме діяльність підприємств, щоб вони пропонували споживачам найкращі товари за оптимальними цінами. Це, у свою чергу, стимулює інновації та довгострокове економічне зростання.

Внаслідок соціальних, економічних, геополітичних та технологічних змін постійно виникають нові виклики для конкурентної політики. Саме таким викликом стало поширення пандемії, яка спричинила суттєві проблеми в економіці та перешкоди для ведення бізнесу в цілому. Слід зазначити, що карантин у зв'язку з пандемією COVID-19 впливає на всі галузі економіки, проте в різному ступені (Akhnovska & Hladkova, 2020). Ця ситуація вимагала від органів у сфері захисту конкуренції вживання низки конкретних заходів.

Через поширення епідемії вірусу COVID-19 вітчизняні підприємства почали відчувати численні труднощі у веденні бізнесу, наприклад, у вигляді переорієнтації планів, збоїв у функціонуванні логістики, зміщенні фінансових акцентів, нерівномірності попиту: стрімкого зростання попиту на деякі товари та послуги з одночасним його зниженням на інші. Тому ця ситуація спонукала суб'єкти господарювання до співпраці та координації своєї діяльності з метою подолання наслідків економічної кризи, хоча на практиці здебільшого відбувалися інші процеси.

Матеріал і методи досліджень

На сьогоднішній день як науковому, так і практичному рівнях ведуться дискусії щодо змін в економіці, які відбулися під впливом пандемії. Багато питань

виникає щодо того, чи зміни будуть тимчасовими чи носитимуть постійний характер. Проте нові форми співпраці між підприємцями можуть викликати сумніви щодо їх відповідності нормам конкурентного законодавства. У процесі дослідження авторами використовувались такі загальнонаукові методи: аналіз, синтез, діалектичний метод та метод спостереження.

Результати та їх обговорення

Відповідь на питання, чи призведе пандемія в подальшому до зменшення чи збільшення співпраці між підприємствами, не є простою та однозначною. З одного боку, пандемія виявила, переважно в короткостроковій перспективі, хижацьке обличчя деяких суб'єктів підприємницької діяльності, прихильників агресивної версії «*homo oeconomicus*». З іншого боку, схоже, що в довгостроковій перспективі наслідком пандемії COVID-19 з боку підприємств стане підвищений інтерес до розвитку кооперативної поведінки.

По-перше, можна сказати, що ситуація, яка склалася, дасть у майбутньому певний досвід у сфері управління ризиками. Ефективний ризик-менеджмент може стати інструментом протидії наслідкам пандемії, і тому в першу чергу необхідно діагностувати ризики співпраці з партнерами з різних сторін та продовжувати роботу над гнучкістю та адаптацією підприємств до непередбачуваних змін у майбутньому. Вітчизняні підприємства, які забезпечують продовольчу безпеку та входять до глобальних ланцюгів створення вартості, повинні розширити географію кола своїх бізнес-партнерів і, можливо, також підтримувати більші запаси певних товарів. Зокрема, в умовах пандемії це стосується, наприклад, фармацевтичної промисловості чи медичного обладнання.

По-друге, страх підприємств бути залежними від іноземних постачальників може призвести до деінтернаціоналізації, тобто темпи росту торгівлі будуть повільнішими, ланцюги постачання ставатимуть коротшими і більш локальними. Існує багато причин для локалізації виробництва. З огляду на кризу, підприємства надаватимуть більшої ваги безпечності постачання. Всеохоплюючі процеси діджиталізації на підприємствах і організаціях роблять можливим перенесення виробництв ближче до їхніх "домашніх" ринків (Vasiuta & Zhytnyk, 2021). Така поведінка в умовах карантину може не принести прогнозованих позитив-

них ефектів. Тому однозначні заяви про те, що пандемія остаточно послабить міжнародне співробітництво підприємств та посилить внутрішню кооперацію, поки що передчасні.

По-третє, спровоковане кризою співробітництво свідчить про те, що загроза може стати можливістю для розвитку та позитивно вплинути на науково-дослідну та проінноваційну діяльність підприємств. Концепція відкритих інновацій діє та працює на практиці – знання та навички бізнес-партнерів мають вирішальне значення, а партнерство ефективно підтримує впровадження інновацій на підприємствах. Підприємства-партнери використовують цю співпрацю не лише для власних конкретних цілей, а й спрямовують її на важливі соціальні проєкти. Криза SARS COV-2 показує, що підприємства мають реальні можливості зробити внесок у соціальний добробут і що, діючи на благо суспільства, вони також можуть отримати від цього реальні економічні вигоди. І це може бути аргументом у дискусії з тими, хто вважає, що від егоїстичного «*homo oeconomicus*» нікуди не втекти.

Тому, навіть якщо початок співпраці, спричиненої пандемією, розглядався як засіб для вирішення поточних проблем, а співпраця мала діяти як спеціальна терапія, можна припустити, що ця співпраця буде продовжуватися і після закінчення пандемії. Її цілі та спрямованість можуть змінитися, але участь партнерів, готовність згладжувати конфлікти інтересів, передавати повноваження в певних сферах та ділитися ресурсами, водночас усвідомлюючи економічний ефект на користь підприємства, можуть залишитися і надалі.

Конкуренція являється найбільш природним середовищем для діяльності підприємств. Завдяки здоровій конкуренції ресурси оптимально розподіляються, а соціальний добробут збільшується. Тобто це є досконалий ринок з великою кількістю незалежних конкуруючих підприємств, водночас з достатньо хорошою комунікацією між ними.

Проте в умовах пандемії підприємства не тільки конкурують, але й співпрацюють чи координують свої дії для досягнення спільних цілей. Ділове співробітництво є одним з можливих інструментів для подолання кризових ситуацій на ринку. Прикладів таких ситуацій багато – у пошуках стабільності одноразові спотові операції замінюються контрактами, що охоплюють певний часовий горизонт, укладаються стратегічні альянси в рамках розвитку науково-дослідної діяльності, формуються консорціуми для підтримки реалізації великих інвестиційних об'єктів.

Моделюючи майбутню ситуацію, можна прийти до висновку, що пандемія може як стимулювати, так і порушити співпрацю. Що стосується проблем, з якими зіткнулися підприємці під час пандемії, то у першу чергу відбулося посилення «традиційних» труднощів: низький попит, відчутний конкурентний тиск, надмірне оподаткування, несприятливе нормативно-правове середовище та проблеми з енергопостачанням (Vasiuta & Zhytnyk, 2021).

На сьогоднішній день наслідками пандемії є порушення усталених зв'язків між попитом та пропозицією, адже її поява була глобальною і непередбаче-

ною. Проте з боку більш розвинених держав і їх співдружностей відбулося швидке адміністративне втручання. Це в деякій мірі блокувало згубні для їх економік наслідки пандемії. Але не усі держави змогли швидко зреагувати і бути готовими протистояти непередбачуваним наслідкам.

Тепер розглянемо власне продовження співробітництва в умовах надзвичайної епідеміологічної ситуації. Оскільки підприємства почали свою співпрацю до пандемії, цілі співпраці вже окреслені, як і часовий горизонт. Тривалість співпраці залежить від того, наскільки цілі такого співробітництва сприяють підвищенню стійкості підприємств до кризових явищ. І якщо таке співробітництво призведе до більших втрат з боку того чи іншого підприємства-партнера постане питання в продовженні цього співробітництва чи його розриві.

Кооперація між підприємствами може відбуватися в масштабах конкретної національної економіки, і характер регулювання в даній економіці може вплинути на готовність цих підприємств до співпраці. Тому слід констатувати, що в багатьох країнах пандемія спричинила посилення залученості держави в економіку, а отже, і більшу інтенсивність діяльності з координації поведінки суб'єктів господарювання.

Втручання держави мало місце на різних етапах розвитку пандемії і характеризувалося різним масштабом та інтенсивністю. Загальною рисою переходу від ринкового регулювання до державного втручання було введення численними урядами режиму закриття кордонів та режиму карантину. Таким чином, пандемія вплинула на інтенсивність міжнародної співпраці підприємств у глобальних ланцюгах створення вартості. Пандемія однозначно привернула увагу до ризику, пов'язаного з міжнародним виробництвом, але також негативно вплинула на кооперацію підприємств у межах національних економік. Це призвело до жорсткої конкуренції, при якій здебільшого виживали найсильніші. Закриття кордонів спричинили затяжну кризу для глобальних ланцюгів створення вартості. Зокрема, коли значна частина поставок підприємств була зосереджена на імпорту або значний відсоток продажів здійснювався на зовнішніх ринках.

Разом з тим, слід підкреслити, що в перший період після спалаху епідемії деякі підприємства намагалися у будь-який спосіб конкурувати між собою, в тому числі з використанням обману та шахрайства. Йшлося про розрив контрактів, відстрочення поставок, переукладення та завищування цін, зміну якості та поставки товарів без необхідних сертифікатів. Це були численні практики, які порушували принципи справедливої торгівлі та здорової конкуренції. Вони стосувалися, у більшості випадків, широко використовуваних медичних виробів.

В умовах, коли більшість кордонів були закритими, пандемія призвела до збільшення інтересу в межах локальної співпраці. Таким чином, у сфері закупівель-продажів відбулася переорієнтація на місцевий ринок. Ця тенденція посилювала укладання короткострокових угод – щоб краще працювати на ринку, а також посилити процеси кластеризації, запущені ще до пандемії. Кластери місцевих підприємств та філій

міжнародних корпорацій, у тому числі науково-дослідні установи, на сьогоднішній день мають шанс стати платформами співпраці для подолання кризи у формі так званих стратегічних альянсів.

Шукаючи приклади таких альянсів, слід згадати німецькі компанії – Northern Data AG та Innoplexus AG, які у квітні 2020 року уклали альянс, спрямований на використання високоефективних розрахунків для проведення епідеміологічного моделювання за допомогою штучного інтелекту, щоб можна було використовувати антивірусні препарати. Також відомим став альянс між конкурентами Apple-Google – альянс для розробки системи автоматичного відстеження контактів за допомогою технології Bluetooth на мобільних пристроях.

Стратегічні альянси, викликані пандемією, також вирішують проблеми, пов'язані з відсутністю медичного обладнання, з якими зазвичай стикаються заклади охорони здоров'я. Тому не менш корисною для подолання наслідків COVID-19 стала співпраця між Ford Motor Company, TI Fluid Systems і 3M. Ford і TI Fluid Systems є провідними світовими постачальниками технологій автомобільних рідинних систем, а їх співпраця з 3M вилася у виробництво гнучких повітряних трубок для дихальних апаратів (PAPR) (*Tvorennia spilnoi tsinnosti...*, 2012). Ford Motor Company також уклав альянс з GE Healthcare, який спрямований на виробництво апаратів для штучної вентиляції легень. Дивлячись на ці альянси, ми бачимо, що спільна мета ініціює співпрацю, і що підприємства мотивовані в кризовій ситуації аналізувати поточне застосування своїх компонентів або кінцевих продуктів і визначати нові шляхи розвитку.

На сьогоднішній день, органи управління у сфері конкуренції реагують на нові економічні реалії, викликані пандемією COVID-19. Хоча пандемічна криза не скасовує заборони антиконкурентних дій, багато антимонопольних органів дійшли до висновку, що ситуація може виправдати певну ринкову практику, яка зазвичай вважається антиконкурентною.

Щоб уповільнити поширення епідемії, багато країн приймали спеціальні законодавчі норми та вводили заходи соціального дистанціювання (в залежності від країни вони включають, повне або часткове обмеження торгівлі, громадського транспорту та свободи пересування). Традиційні правила вільної ринкової економіки були змінені, і багато переваг спільного європейського ринку для України стали недоступними. Наслідком цієї нової соціально-економічної реальності є те, що вести бізнес стало складніше та дорожче, а також існує більша юридична невизначеність. Тому уряди більшості країн почали запроваджувати заходи для підтримки найбільш вразливих до пандемічної кризи видів бізнесу, щоб вони легше пережили карантинний період і період економічного спаду, отримуючи відповідні стимули.

Нові ринкові реалії також створили і нові загрози інтересам споживачів. Джерелом цих загроз є діяльність підприємств та організацій, які в умовах кризи будували модель своєї бізнес-поведінки на короченні своїх прибутків через наслідки пандемії, і тих, які,

приспосовуючись до нових реалій, обирають бізнес-рішення, які шкодять споживачам.

Основну роль у формуванні та реалізації конкурентної політики в Україні відіграє Антимонопольний комітет України. За період пандемії АКУ було видано кілька нормативно-правових актів, які стосувалися боротьби з наслідками коронавірусної інфекції. Більшість з них стосувалася зміни в оподаткуванні та наданні державної допомоги в умовах поширення COVID-19. Проте багато роботи було проведено у сфері боротьби з недобросовісною конкуренцією та самовільним безпідставним підняттям цін (*Antymonopolnyi komitet Ukrainy...*, 2021).

Прибутки підприємств, які були спричинені підвищенням цін, попитом чи скороченням витрат, в свою чергу не залишилися поза увагою Антимонопольного комітету України. Наприклад, широкого розголосу набула ситуація з різким підвищенням цін на пальне у 2019 рці. На що Антимонопольний комітет України відреагував відповідним чином. Проте, варто зазначити, що Комітет не має права змушувати підприємство чи організацію знижувати ціни на відповідну продукцію чи послуги. Органом цінового регулювання є Кабінет Міністрів України.

У більшості випадків ми бачимо, що Антимонопольний комітет України намагається лише точково боротися зі стрибками цін чи їх невідповідним рівнем. В теперішній ситуації такі дії Антимонопольного комітету є виправданими, адже в короткостроковій перспективі в умовах COVID-19 вони справді є ефективними. Проте, на жаль, поза увагою залишається реальний захист економічної конкуренції на проблемних ринках загалом. Економічна політика повинна значною мірою формувати стійкість суспільства до надзвичайних ситуацій і того, що лежить поза ним (*Zalizko et al.*, 2020). Задля досягнення реального системного результату повинна вестись постійна боротьба з чинниками, які призводять до антиконкурентних дій та недобросовісної діяльності на різних ринках.

Що стосується реакції на пандемічну кризу в Європі, то Європейська мережа конкуренції (European Competition Network (ECN), ECN), яка являється основним органом в питаннях захисту економічної конкуренції в Європейському Союзі, ще у 2019 році прийняла спільну заяву щодо негайного застосування законодавства про захист економічної конкуренції під час пандемічної кризи. Дана заява містила застереження, які адресувались компаніям, які зловживали поточною кризовою ситуацією, наприклад, створюючи на ринку картелі чи зловживаючи своїм домінуючим становищем, особливо у сфері торгівлі ліками чи засобами медичного захисту за цінами вищими за ринкові. Їхні дії в подальшому могли бути спрямовані на застосування штрафів та санкцій до даних компаній. Паралельно у даній заяві було повідомлено, що ECN не буде втручатися у співпрацю між підприємствами, які тимчасово кооперують свою діяльність задля уникнення дефіциту, за умови, що вони функціонуватимуть на справедливих засадах (*Antitrust: Joint statement...*, 2021).

Як і ECN, Європейська комісія також прийняла документ «Про тимчасову структуру для оцінки ан-

тимонопольних питань, що стосуються співпраці між підприємствами у відповідь на невідкладні ситуації, що виникають внаслідок поточної пандемії COVID-19» (*Competition Policy. Antitrust Overview, 2021*). У ньому визначено основні критерії оцінки проектів співпраці, які здійснюються для подолання дефіциту основних продуктів і послуг під час пандемії COVID-19, а також порядок надання спеціальних рекомендацій щодо конкретних проектів такої співпраці.

Висновки

Отже, можна зробити висновок, що у сфері захисту економічної конкуренції відбулися суттєві зміни спричинені пандемією COVID-19. Конкурентна політика є ключовим інструментом для створення вільного та динамічного внутрішнього ринку, а також сприяння загальному економічному розвитку. Національні органи влади, які діють у сфері економічної конкуренції, спочатку зосередившись на застереженнях підприємств від спроб використання кризи для власного збагачення, згодом перейшли до дій, які спрямовані на допомогу підприємцям у налагодженні таких форм тимчасової співпраці та координації своєї діяльності під час епідемії, які не зазнають антимонопольних санкцій. Таким чином, пандемія сприяла підвищенню інтенсивності співпраці не лише між підприємствами, а й між сферами бізнесу та науково-дослідною сферою.

Перспективи подальших досліджень:

1. Дії органів у сфері захисту економічної конкуренції під час пандемічної кризи мають бути спрямовані на недопущення посилення серед підприємств практик недобросовісної конкуренції.

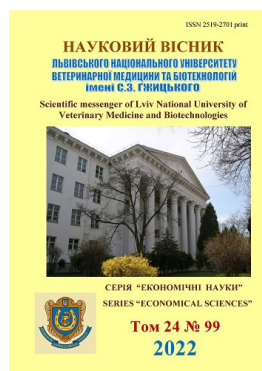
2. Перевірити на відповідність законодавству наявність дотацій, преференції чи прямих (непрямих) державних пільг загалом. Ретельно звірити процес формування групи підприємств чи організацій на предмет отримання необхідних дозволів на співпрацю чи узгоджені дії.

3. Не залишати без уваги процес формування цінової політики підприємств та здійснити аналіз щодо відсутності зловживань ринковою владою чи діями, свідомо узгодженими з конкурентами, або наявності в підприємства домінуючого становища на ринку.

4. Антимонопольному комітету України варто взяти до уваги підхід Європейської мережі конкуренції, Європейської комісії та деяких національних антимонопольних органів при якому в нинішній ситуації можуть бути виправданими певні ринкові практики співпраці та координації зусиль, які колись викликали занепокоєння.

References

- Teslenok, I., & Pavlova, K. (2021). Rozrobka modeli stratehichnoho upravlinnia rozvytkom orhanizatsii v umovakh COVID-19. *Ekonomika ta suspilstvo*, 33. doi: 10.32782/2524-0072/2021-33-21 (in Ukrainian).
- Akhnovska, I. O., & Hladkova, A. O. (2020). Ekonomika minimalnoho kontaktu v umovakh hlobalnoi konkurentsii. *Ekonomika i orhanizatsiia upravlinnia*, 4(40), 130–142. doi: 10.31558/2307-2318.2020.4.13 (in Ukrainian).
- Vasiuta, V., & Zhytnyk, O. (2021). Osoblyvosti diialnosti serednoho ta maloho biznesu v umovakh pandemii COVID-19. *Ekonomika ta suspilstvo*, 33. doi:10.32782/2524-0072/2021-33-40 (in Ukrainian).
- Tvorennia spilnoi tsinnosti – naikrashchyi shans lehtymuvaty biznes. (2012). URL: <https://www.management.com.ua/notes/creating-shared-value.html> (data zvernennia 04.09.2022) (in Ukrainian).
- Antymonopolnyi komitet Ukrainy. (2021). URL: <https://amcu.gov.ua/searchresult?key=COVID-19>. (data zvernennia 04.09.2022) (in Ukrainian).
- Zalizko, V. D., Novak, D. V., Kukhta, P. V., & Mykula, R. V. (2020). Vplyv COVID-19 na innovatsiinyi rozvytok ekonomiky Ukrainy ta Polshchi: suchasnyi stan i perspektyvy. *Biznes Inform*, 4, 79–87. doi:10.32983/2222-4459-2020-4-79-87.
- Antitrust: Joint statement by the European Competition Network (ECN) on application of competition law during the Corona crisis. (2021). URL: https://ec.europa.eu/competition/ecn/202003_joint-statement_ecn_corona-crisis.pdf. (data zvernennia 02.09.2022).
- Competition Policy. Antitrust Overview. (2021). URL: https://ec.europa.eu/competition-policy/antitrust/antitrust-overview_en (data zvernennia 02.09.2022).



Науковий вісник Львівського національного університету
ветеринарної медицини та біотехнологій імені С.З. Гжицького.
Серія: Економічні науки

Scientific Messenger of Lviv National University
of Veterinary Medicine and Biotechnologies.
Series: Economical Sciences

ISSN 2519-2701 print

<https://nvlvet.com.ua/index.php/economy>

doi: 10.32718/nvlvet-e9904

UDC 334.73.021:658.29(477)

Agricultural cooperation as a phenomenon of the market economy: problems of formation and development in the conditions of modern Ukraine

V. Borshchevskiy¹, V. Chemerys², V. Kulii²

¹Ukrainian Catholic University, Lviv, Ukraine

²Stepan Gzhytskyi National University of Veterinary Medicine and Biotechnologies Lviv, Lviv, Ukraine

Article info

Received 21.09.2022

Received in revised form

23.10.2022

Accepted 24.10.2022

Stepan Gzhytskyi National University of Veterinary Medicine and Biotechnologies Lviv,
Pekarska Str., 50, Lviv, 79010,
Ukraine. Tel.: + 38-067-77-347-47
E-mail: chemerus64@gmail.com

Borshchevskiy, V., Chemerys, V., & Kulii, V. (2022). Agricultural cooperation as a phenomenon of the market economy: problems of formation and development in the conditions of modern Ukraine. Scientific Messenger of Lviv National University of Veterinary Medicine and Biotechnologies. Series: Economical Sciences, 24(99), 20–24. doi: 10.32718/nvlvet-e9904

The study aims to substantiate the market priorities for developing agricultural cooperation in Ukraine in current socio-economic conditions. To achieve the set goal, the methodology of the agricultural economy and the theoretical principles of the neoclassical economic scientific school regarding the development of market mechanisms for stimulating various spheres of economic activity were used during the research. In addition, conceptual approaches proposed by representatives of institutionalism and developed along the lines of the paradigm of neoclassical synthesis were used to identify the priority directions for stimulating agricultural cooperation. At the same time, several general scientific and unique methods of scientific research were used: monographic, historical analysis and synthesis, scientific generalization, and comparative analysis. Scientific methods such as abstraction and generalization were used to summarize the research results and formulate the author's proposals. The historical aspects of the formation of cooperation in the agricultural sector of the world's developed countries were analyzed, which made it possible to single out the main factors of development and the mechanisms of the evolution of agricultural cooperatives. It was revealed that the main prerequisite for the unification of farms into cooperatives is the presence of open market competition, which encourages farmers to increase the efficiency of their business based on the reduction of transaction and production costs. Proposals have been formulated for Ukraine's state authorities and local self-governments to stimulate agricultural cooperation on a market basis. It is proposed to give priority to limiting the cartel influence of agricultural holdings, which will make it possible to increase the economic potential of farming as the main driving force of agricultural cooperation, as well as to normalize the institutional aspects of the functioning of cooperatives in the agrarian sector of the economy and related areas of economic activity to eliminate existing institutional barriers for the development of the cooperative movement in the countryside. The conceptual foundations of the formation and development of the market economy in agriculture have been developed. It has been proven that the actual development of agricultural cooperation is possible only in a civilized agricultural market and open competition between agricultural producers, which stimulates farms to join cooperatives to increase their efficiency and competitiveness. The market mechanisms of the development of cooperation in the agricultural sector of the economy are substantiated, which became the basis for the development of proposals regarding the priority areas of its activation in modern socio-economic conditions. The theoretical, methodological, and applied developments presented in the article aim to improve regulatory mechanisms to stimulate agricultural cooperation. The author's recommendations can be used both in the work of state authorities at the central and regional levels and in the activities of local self-government bodies of rural territorial communities in the conditions of deepening administrative-territorial reform and further decentralization of power.

Keywords: the agricultural sector, agricultural cooperation, farms, economic competition, market self-organization.

Сільськогосподарська кооперація як феномен ринкової економіки: проблеми становлення та розвитку в умовах сучасної України

В. Борщевський¹, В. Чемерис², В. Кулій²

¹Український католицький університет, Львів, Україна

²Львівський національний університет ветеринарної медицини та біотехнологій імені С. З. Гжицького, м. Львів, Україна

Метою дослідження є обґрунтування ринкових пріоритетів розвитку сільськогосподарської кооперації в Україні в сучасних соціально-економічних умовах. Для досягнення поставленої мети в процесі проведеного дослідження було використано методологію аграрної економіки і теоретичні засади неокласичної економічної наукової школи щодо розвитку ринкових механізмів стимулювання різних сфер господарської діяльності. Крім того, для виявлення пріоритетних напрямів стимулювання сільськогосподарської кооперації застосовувалися концептуальні підходи, запропоновані представниками інституцізму та розвинуті в руслі парадигми неокласичного синтезу. При цьому використовувалась низка загальнонаукових і спеціальних методів наукових досліджень, а саме: монографічний, історичний, аналізу та синтезу, наукового узагальнення та порівняльного аналізу. А для підведення підсумків дослідження та формулювання авторських пропозицій застосовувалися такі наукові методи, як абстрагування та генералізація. Проаналізовано історичні аспекти становлення кооперації в аграрному секторі розвинутих державах світу, що дало змогу виокремити основні чинники розвитку та механізми еволюції сільськогосподарських кооперативів. Виявлено, що основною передумовою об'єднання фермерських господарств в кооперативи є наявність відкритої ринкової конкуренції, яка спонукає фермерів таким чином забезпечувати підвищення ефективності ведення свого бізнесу на основі зниження транзакційних і виробничих витрат. Сформульовано пропозиції для органів державної влади та місцевого самоврядування України щодо стимулювання розвитку сільськогосподарської кооперації на ринкових засадах. Першочергового значення пропонується надавати обмеженню картельного впливу агрохолдингів, що дасть змогу наростити економічний потенціал фермерства як основної рушійної сили сільськогосподарської кооперації, а також унормувати інституційні аспекти функціонування кооперативів в аграрному секторі економіки та суміжних із ним сферах господарської діяльності з метою усунення наявних інституційних бар'єрів для розвитку кооперативного руху на селі. Розвинуто концептуальні засади становлення та розвитку ринкової економіки в сільському господарстві. Доведено, що реальний розвиток сільсько-господарської кооперації можливий лише в умовах існування цивілізованого аграрного ринку та відкритої конкуренції між сільгоспвиробниками, яка стимулює фермерські господарства до об'єднання в кооперативи з метою підвищення власної ефективності та конкурентоспроможності. Обґрунтовано ринкові механізми розвитку кооперації в аграрному секторі економіки, що стало підставою для розробки пропозицій щодо пріоритетних напрямів її активізації в сучасних соціально-економічних умовах. Теоретико-методологічні та прикладні напрацювання, представлені у статті, спрямовані на удосконалення регуляторних механізмів, спрямованих на стимулювання сільськогосподарської кооперації. Авторські рекомендації можуть бути використані як в роботі органів державної влади центрального та регіонального рівнів, так і в діяльності органів місцевого самоврядування сільських територіальних громад в умовах поглиблення адміністративно-територіальної реформи та подальшої децентралізації влади.

Ключові слова: аграрний сектор, сільськогосподарська кооперація, фермерські господарства, економічна конкуренція, ринкова самоорганізація.

Вступ

Протягом тривалого періоду часу в Україні ведуться активні дискусії навколо проблем розвитку сільськогосподарської кооперації. За цей час вийшли у світ численні наукові публікації, спрямовані на стимулювання кооперації в сільському господарстві урядові та регіональні програми, нормативно-правові акти, концепції та директиви. Проте суттєвого прогресу в цьому питанні так і не вдалося досягнути. Адаже більшість згаданих документів не враховують самої природи і сутності кооперативного руху. Тому виникають сумніви в потенційній ефективності їхнього втілення у життя, що змушує замислитися над нереальністю досягнення тих завдань, які сьогодні ставляться на найвищому державному рівні щодо розвитку сільськогосподарської кооперації.

Якщо проаналізувати сутність тих заходів, які втілювалися в Україні протягом останніх двох десятиріч з метою стимулювання розвитку кооперативного руху, а також адекватно оцінити ті наукові концепції, що лягли в їх основу, стає зрозумілим, що відсутність скільки-небудь серйозних зрушень у цьому питанні є закономірною. Адаже владі так і не вдалося задіяти ринкові механізми становлення кооперації на селі, які

є основним важелем її успішного впровадження як в аграрній сфері, так і в збутовій та в обслуговуючій сільське господарство економічній діяльності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вказаній проблематиці присвячені численні публікації як українських авторів, так і їх закордонних колег. Зокрема варто відзначити наукові дослідження Д. Бартона, О. Вілпукса, Б. Гарднера, П. Данненберга, М. Клодзінські, З. Лермана, С. Мольги, К. Мюррей, Є. Оздовського, А. Сара, С. Фігеля, Дж. Хогеланда, Дж. Хансона та інших закордонних авторів. Серед вітчизняних учених економічних аспекти сільськогосподарської кооперації у своїх працях висвітлювали: В. Бакум, Ю. Губені, Т. Гурей, В. Зіновчук, А. Іванько, С. Кальченко, О. Крисальний, М. Кропивко, Р. Корінець (Korinets & Malik, 2019), Д. Ковальов (Kovalov, 2021), Ю. Лупенко, М. Малік (Malik & Shvets, 2021), П. Музика, А. Пантелеймоненко, Н. Рудік (Rudik, 2021), П. Саблук, О. Саковська (Sakovska, 2020), Г. Трутенко (Trutenko, 2020), Д. Утеченко (Utechenko, 2020), О. Ціхановська, Г. Черевко та інші науковці.

Невирішені раніше частини проблеми. Водночас, виявленню ринкової природи сільськогосподарської кооперації у контексті пошуку ефективних механізмів

її стимулювання на засадах самоорганізації фермерських господарств, до цього часу так і не було приділено належної уваги.

Мета статті. Це зумовлює необхідність пошуку та обґрунтування ринкових пріоритетів розвитку сільськогосподарської кооперації в Україні в сучасних соціально-економічних умовах, що і є метою цієї публікації.

Матеріал і методи досліджень

Для досягнення поставленої мети в процесі проведеного дослідження було використано методологію аграрної економіки і теоретичні засади неокласичної економічної наукової школи щодо розвитку ринкових механізмів стимулювання різних сфер господарської діяльності. Крім того, для виявлення пріоритетних напрямів стимулювання сільськогосподарської кооперації застосовувалися концептуальні підходи, запропоновані представниками інституцізму та розвинуті в руслі парадигми неокласичного синтезу. При цьому використовувалась низка загальнонаукових і спеціальних методів наукових досліджень, а саме: монографічний, історичний, аналізу та синтезу, наукового узагальнення та порівняльного аналізу. А для підведення підсумків дослідження та формулювання авторських пропозицій застосовувалися такі наукові методи, як абстрагування та генералізація.

Результати та їх обговорення

Чи можливо швидко відродити кооперацію в сільському господарстві країни, яка за більш як сім десятиків років практично втратила потенціал ринкового розвитку аграрного сектору. Коли людей, які пам'ятають, що таке фермерське господарство чи сільськогосподарський кооператив практично не залишилось? Запитання риторичне. Адже сучасний світовий досвід і вітчизняні традиції розвитку кооперативного руху свідчать про його нерозривний зв'язок з утвердженням принципів ринкової економіки, вільним обміном товарів, поширенням відкритої конкуренції в сільському господарстві, свободою зовнішньоекономічної діяльності тощо.

Сільськогосподарські кооперативи, які свого часу початково виникали в Європі для об'єднання зусиль їхніх учасників задля подолання господарських труднощів (завдяки зменшенню трансакційних і трансформаційних витрат членів кооперативу), з часом поширилися на суміжні сфери економіки саме завдяки ринковій конкуренції. Аграрні кооперативи ефективно працюють не залежно від своїх розмірів і господарської спеціалізації, але лише там, де це економічно вигідно. Відтак, єдиною причиною, яка по справжньому спонукає селян об'єднуватися в кооперативи є власний комерційний інтерес і потенційна фінансова вигода. І якщо ринкові механізми розвитку сільського господарства заблоковані, тоді природно спостерігається занепад кооперативного руху.

Так, наприклад, сталося в СРСР у період «воєнного комунізму» 1919-1921 років. Так було і протягом усього періоду існування колгоспно-радгоспної сис-

теми періоду соціалістичного будівництва (1927-1991 рр.). Це ж саме продовжилося і на пострадянському етапі.

Тобто, справжня сільськогосподарська кооперація виступає своєрідним індикатором розвитку ринкового середовища в аграрному секторі, спираючись на його якісне інституційне забезпечення. Адже добровільне об'єднання селян у кооператив з метою отримання додаткової вигоди від своєї праці, передбачає значне зростання рівня економічної координації селянських господарств, поліпшення їхньої спеціалізації, підвищує вимоги до якості людського і соціального капіталу на селі тощо.

На жаль, в сучасній Україні розвивати справжню аграрну кооперацію просто немає кому. Адже протягом цілої епохи адміністративно-планового господарювання, яка охопила кілька поколінь, та періоду економічної безгосподарності, що наступив після неї, в українських селах фактично були знищеними самі основи ринкового господарювання. Відтак, фермерських господарств, спроможних об'єднуватися в кооперативи, просто не виявилось. Крім того, рівень довіри селян один до одного і до влади був настільки низьким, а утриманські настрої настільки високими, що вести мову про якусь самоорганізацію в контексті розвитку кооперативного руху без попередньої зміни стереотипів економічної поведінки, шаблонів мислення і навіть ментальних трансформацій – було доволі проблематично. Цим і пояснюється гальмуванням розвитку вітчизняної кооперації на початках становлення державної незалежності України, що протягом наступних кількох десятиріч так і не вдалося належним чином виправити.

На жаль, вказані помилки не просто залишились не виправленими, вони стали ґрунтом для розробки сучасних сценаріїв «будівництва» кооперації згори, яка часто нагадувала старі радянські підходи до колективізації сільського господарства. Натомість провідні економісти світу, торкаючись проблем сільськогосподарської кооперації, акцентували свою першочергову увагу на ринкових механізмах, в основі яких лежить добровільність і свобода вибору.

Як доводить практика багатьох країн світу, забезпечення сталого розвитку сільських територій базується на розширенні інтеграційних процесів. Найбільш поширеними організаційними структурами виступають сільськогосподарські кооперативи, а в Україні вони знаходяться в зародковому стані, хоча спостерігається тенденція до зростання. Кооперація є логічною стадією подальшого розвитку економіки, що стало можливим з появою приватних товаровиробників, власників, які мають спільні економічні інтереси у веденні ринкової діяльності. Це відкриває можливість для утворення організаційних структур інтеграційного типу, побудованих «знизу доверху» на принципах матеріального інтересу, реалізації можливостей економічного вибору для забезпечення розвитку сільських територій (Malik & Shvets, 2021).

Важливим напрямом розбудови аграрного сектору економіки розглядається розвиток сільськогосподарських обслуговуючих кооперативів. Однак нині за обсягами та якістю надання послуг вони не задоволь-

няють зростаючих потреб сімейних фермерських господарств та їх споживачів. Адже майже 40% трудомісткої сільськогосподарської товарної продукції повсякденного споживання – картоплі 95%, овочів – 85% фруктів – 80, молока – 75 та м'яса – 50% виробляється в господарствах населення, сімейних фермерських господарствах. Потенціал сільськогосподарської обслуговуючої кооперації в Україні залишається нералізованим (Trutenko, 2020).

Сільськогосподарська кооперація є одним з важливих інструментів підтримки аграрної діяльності на селі. За останні роки в економічному секторі України, пов'язаному із сільським господарством, склалася непроста ситуація, що характеризується знеціненням праці сільських жителів, низькою вмотивованістю до праці, відсутністю належної інфраструктури, виїздом молоді, депопуляцією сільських територій тощо. Тому розвиток та підтримка кооперативного руху на селі, зокрема, у сфері сільського господарства, дасть змогу вирішити комплекс соціально-економічних завдань, пов'язаних із зниженням урбанізаційних показників, підвищенням рівня життя сільського населення, зниженням рівня бідності на селі, розбудовою інфраструктури, розвитком аграрного сектору, і, як наслідок, покращення економіки як на рівні регіону так і країни загалом (Sakovska, 2020).

Дослідники також відзначають, що в європейській економічній традиції, кооперація не ділиться на види, як в Україні, там просто існують кооперативи, що допомагають фермерам у веденні їхнього бізнесу. Тобто, в цивілізованому світі кооперація виступає своєрідною економічною ідеологією, заснованою на ринковій традиції, яка уособлює боротьбу малого та середнього бізнесу з монополіями та картельними угрупованнями (Kooperatsiia z potuhamy, 2012).

Таким чином, механізми розвитку сільськогосподарської кооперації в сучасній Україні значною мірою вивляються заблокованими через відсутність цивілізованих конкурентних ринкових стосунків, як у самому сільському господарстві, так і в економіці загалом. Слід також акцентувати важливу увагу і на наявних інституційних прогалинах, які блокують процеси ринкової самоорганізації в аграрній сфері, унеможливаючи тим самим ефективний розвиток сільськогосподарських кооперативів. Насамперед, це стосується так званого «профільного» законодавства, яке чинить прямий вплив на регулювання кооперації в аграрному та суміжних із ним секторах економіки.

Ситуація ускладнюється фактичною відсутністю глибоких ринкових традицій у нашій державі. Адже навіть, якщо уявити собі «прорив» у розвитку кооперативного руху в сільському господарстві України після відкриття ринку земель і зумовленого цим значного зростання активності фермерів, їхні зусилля все одно неминуче стикнуться з нечесною конкуренцією з боку агрохолдингів, аграрного лобі в парламенті та в уряді, спихом з боку транспортних картелів, обмежень, спричинених монополізацією переробної сфери тощо.

Окреслені проблеми ринкового характеру ускладнюються наявністю неформальних інституційних бар'єрів, котрі також є обмежуючим чинником для

розвитку в Україні сільськогосподарської кооперації. Наприклад, в нашій державі, порівняно з тією ж сусідньою Польщею, на порядок менше аграрних палат, сільських громадських організацій, об'єднань дрібних агровиробників тощо. До того ж, рівень фінансової та адміністративної самостійності органів місцевого самоврядування сільських територіальних громад до цього часу залишається украй низьким, що унеможливує ефективне стимулювання розвитку сільської кооперації на місцевому рівні. Проведення адміністративно-територіальної реформи лише ще більше висвітлює ці проблеми, але фактично не вплинуло на їх вирішення.

Сільськогосподарська кооперація є ефективним механізмом забезпечення конкурентоспроможності малих та середніх сільськогосподарських товаровиробників в умовах зростання конкуренції на вітчизняному та світовому ринках. Розвиток кооперації сприяє забезпеченню впровадження досягнень науки у виробничу практику через консультаційно-інформаційну діяльність із використанням результатів науково-дослідницької роботи наукових установ і організацій, що потенційно має підвищити результативність діяльності малих та середніх товаровиробників, насамперед особистих і фермерських господарств (Rudik, 2021).

Таким чином, в умовах блокування розвитку кооперативних відносин у сільському господарстві України, яке спостерігається на сучасному етапі його еволюції, доцільно сконцентрувати першочергову увагу не стільки на штучному збільшенні чисельності сільськогосподарських кооперативів, стимульованому спроби системи їхньої реєстрації чи цільовим субсидуванням цього процесу, скільки орієнтуватись на розробку і внесення необхідних змін у чинне законодавство з метою створення оптимальних умов для роботи кооперативів на ринкових засадах.

Водночас, найбільш дієвими інструментами формування сприятливого інституційного середовища для поширення в Україні сільськогосподарської кооперації європейського зразка є ті, що працюють на розвиток конкурентних ринкових відносин, забезпечення економічної рівноправності малого, середнього та великого бізнесу, недопущення дискримінації по відношенню до окремих учасників ринку.

Враховуючи актуальність завдань з демократизації всього суспільного життя, для сучасної України більше придатна підсистема стабілізації аграрного ринку з використанням інститутів самоорганізації та самоуправління операторів продуктових секторів аграрного ринку (Hofman, 2008).

Насамперед, це нерозривно пов'язано з демонополізацією економіки, причому не лише в аграрному секторі, але і в інших сферах господарського життя держави. Адже монополії та картелі є репрезентантами інтересів насамперед великого, часто олігархічного капіталу. Будучи уособленням монополізму на українському продовольчому ринку, вітчизняні агрохолдинги усіяко блокують можливості для розвитку конкуренції з боку дрібних виробників, в тому числі обмежуючи перспективу формування ефективної сільськогосподарської кооперації фермерських та

особистих господарств населення. Зазвичай саме олігархічний капітал стоїть на заваді формуванню цивілізованого інституційного забезпечення розвитку кооперації в аграрному секторі України (*Kooperatsiia z potuhamy, 2012*).

Другим напрямом формування сприятливого інституційного та макроекономічного середовища для розвитку сільськогосподарської кооперації є зменшення рівня патерналізму, відмова влади від ручного управління економікою та відхід від політики надання преференцій окремим товаровиробникам, а також недопущення цінових і фінансово-кредитних маніпуляцій з метою досягнення політичних чи лобістських цілей. Адже наявна в Україні складна система пільг і преференцій, насамперед в агропродовольчому секторі економіки, демотивує аграріїв знаходити ринкові засоби підвищення власної конкурентоспроможності, в тому числі – на основі розвитку системи сільськогосподарської кооперації. Натомість, основні зусилля останніх спрямовуються на пошук впливових союзників у владних інстанціях, виливаються у намагання провести «своїх» представників до місцевих та обласних представницьких органів, стимулюють прагнення отримати доступ до «бюджетного пирога» чи фіскальних преференцій.

Таким чином, ефективність самоорганізації економічної системи вимагає відповідного інституційного регулювання та підтримки за рахунок використання адекватних, еволюційних, еластичних, альтернативних та конгруентних інститутів; запуску механізмів інституційної саморегуляції; стабільності інституційного профілю за рахунок інституційного порядку (*Kondratieva, 2012*).

Розвиток сільськогосподарських кооперативів забезпечить підвищення конкурентоспроможності сільськогосподарських товаровиробників у всіх регіонах. Завдяки їх діяльності в Україні будуть впроваджуватися сучасні технології, модернізуватиметься техніка та формуватимуться передумови для розвитку підприємницької діяльності. У свою чергу це відчутно збільшить доходи місцевого бюджету, що сприятливо позначиться на житті сільської громади (*Utechenko, 2020*).

І нарешті третім макроекономічним стрижнем, покликаним забезпечити формування в Україні відкритого ринкового середовища, яке є найкращим стимулом для розвитку реальної (а не бутафорної) сільськогосподарської кооперації, виступає лібералізація зовнішньоекономічної діяльності, яка повинна забезпечити прихід на вітчизняний ринок, у тому числі аграрний, серйозних західних компаній, що принесуть із собою не лише значні інвестиційні ресурси та нові виробничі технології, але й унікальний управлінський досвід і західну ділову культуру, невід'ємним атрибутом якої виступає філософія ринкової сільськогосподарської кооперації.

Висновки

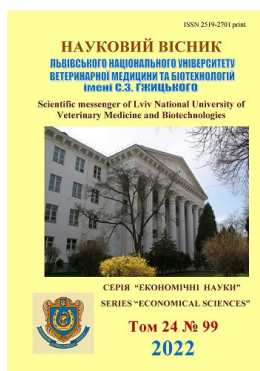
Сільськогосподарська кооперація в Україні не може розвиватися відособлено від становлення системи

ефективних ринкових відносин в аграрному секторі економіки, які, у свою чергу, повинні еволюціонувати в руслі економічної політики формування конкурентного господарського устрою. Наріжними каменями цієї політики мають стати: демонополізація економіки та стимулювання відкритої конкуренції, розвиток підприємництва, лібералізація ринків, мінімізація податкового навантаження на бізнес, спрощення системи дозвільних процедур, а також забезпечення жорсткої бюджетної дисципліни на державному та місцевому рівнях.

Перспективи подальших досліджень. Подальша перспектива наукових досліджень у цьому напрямі пов'язана з пошуком ефективних ринкових інструментів і засобів стимулювання кооперації в сільському господарстві України та суміжним із ним сферах у руслі поведінкової економіки.

References

- Hofman, O. M. (2008). Ahrarnyi rynek: ekonomichna sut ta umovy formuvannia. *Podilskyi visnyk* 3 (16), 55–58, URL: <https://www.krok.edu.ua/ua/pro-krok/spivrobotniki/gofman-miroslava-oleksandrivna> (data zvernennia 11.09.2022) (in Ukrainian).
- Kondratieva, T. V. (2012). Instytutsionalni skladovi sa-moorhanizatsii ekonomichnoi systemy URL: www.sworld.com.ua/konfer28/822.pdf (data zvernennia 12.09.2022) (in Ukrainian).
- Kooperatsiia z potuhamy (2012). URL: <http://www.agrobusiness.com.ua/component/content/article/836.html?ed=54> (data zvernennia 10.09.2022) (in Ukrainian).
- Korinet, R. Ya., & Malik, L. M. (2019). Proste tovarystvo yak forma kooperatsii vyrobnykiv silskohospodarskoi produktsii. *Ekonomika APK*, 7, 32–38. doi:10.32317/2221-1055.201907032 (in Ukrainian).
- Kovalov, D. V. (2021). Istoriia silskohospodarskoi kooperatsii v Ukraini: vykorystannia dosvidu u suchasnomu konteksti. *Efektivna ekonomika*, 5, doi:10.32702/2307-2105-2021.5.84 (in Ukrainian).
- Malik, M. Y., & Shvets, A. A. (2021). Rol pidpriemnytstva, kooperatsii ta ahropromyslovoi intehratsii u rozvytku silskykh terytorii. *Ekonomika APK*, 7, 50–62 doi:10.32317/2221-1055.202107050 (in Ukrainian).
- Rudik, N. (2021). Problemy rozvytku silskohospodarskoi kooperatsii: makroekonomichni aspekt. *Tavriiskyi naukovi visnyk. Seriia: Ekonomika*, 5, 47–58. doi:10.32851/2708-0366/2021.5.6 (in Ukrainian).
- Sakovska, O. M. (2020). Kontseptualni zasady rozvytku kooperatsii u sferi silskoho hospodarstva: problematyka ta shliakhy vyryshennia. *Investytsii: prak-tyka ta dosvid*, 21-22, 54–60. doi: 10.32702/2306-6814.2020.21-22.54 (in Ukrainian).
- Trutenko, H. O. (2020). Stan rozvytku obsluhovuiuchoi silskohospodarskoi kooperatsii v Ukraini. *Ekonomika APK*, 7, 102–109. doi:10.32317/2221-1055.202007102 (in Ukrainian).
- Utechenko, D. M. (2020). Funktsionuvannia silskohospodarskoi kooperatsii yak zasib vidtvorennia liudskoho kapitalu silskykh terytorii. *Ekonomika ta derzhava*, 11, 101–105. doi:10.32702/2306-6806.2020.11.101.



Науковий вісник Львівського національного університету
ветеринарної медицини та біотехнологій імені С.З. Гжицького.
Серія: Економічні науки

Scientific Messenger of Lviv National University
of Veterinary Medicine and Biotechnologies.
Series: Economical Sciences

ISSN 2519–2701 print

<https://nvlvet.com.ua/index.php/economy>

doi: 10.32718/nvlvet-e9905

UDC 338.439:339.564

Peculiarities of the economic assessment of the development of the export potential of agricultural enterprises

R. Batyuk

Stepan Gzhytskyi National University of Veterinary Medicine and Biotechnologies Lviv, Lviv, Ukraine

Article info

Received 22.09.2022

Received in revised form

23.10.2022

Accepted 24.10.2022

Stepan Gzhytskyi National University of Veterinary Medicine and Biotechnologies Lviv, Pekarska Str., 50, Lviv, 79010, Ukraine. Tel.: + 38-093-18-390-02 E-mail: batyk1998@gmail.com

Batyuk, R. (2022). Peculiarities of the economic assessment of the development of the export potential of agricultural enterprises. Scientific Messenger of Lviv National University of Veterinary Medicine and Biotechnologies. Series: Economical Sciences, 24(99), 25–30. doi: 10.32718/nvlvet-e9905

The analysis of existing theoretical approaches shows that the problem of clarifying the essence and features of the formation of the export potential of agricultural enterprises remains insufficiently resolved, which significantly inhibits the development of methodological principles for their comprehensive assessment and management mechanisms for increasing international competitiveness on foreign markets. We consider the category "export potential" as a business process, which is divided into main stages (formation, development, management) and includes a sequence of certain stages (planning, regulation, organization, motivation, control). The novelty of the proposal lies in the assessment of the export potential of agricultural enterprises by calculating the system of indicators both at the level of individual economic entities of the agro-industrial complex (direct method) and with the help of national specialized and state bodies (indirect method) in compliance with important methodological principles. We suggest using the trade intensity index, which allows you to determine whether the value of trade between two countries is greater or less than one would expect. The trade complementarity index can provide useful information on the prospects for intra-regional trade. It indicates to what extent the counterparty's export profile matches or complements the partner's import profile. The economic evaluation of the export potential of agricultural enterprises allows to ensure the stable and effective functioning of economic entities in the structure of global economic relations and to determine the priorities of their development. The practical application of this methodology will allow to obtain a reliable assessment of the current situation in a specific sales market, to identify trends, problems and priorities of its development, as well as potential and competitive opportunities of the organization from the exit of agricultural enterprises to this agro-food segment. Taking into account the specificity of the subject of research, we suggest to evaluate the export potential of agricultural enterprises to use an integral methodology that allows to more accurately reflect the capabilities of the enterprise on the foreign market, with the help of indicators that are weighted in a certain way. In addition to the integral methodology for the purpose of assessing the export potential, we have proposed a method of export diagnostics of agricultural enterprises, which consists in evaluating the main functions of the enterprise, which determine its readiness for export activity. The advantage of the developed methodology is the availability of the information necessary for analysis, the simplicity of calculations, it more clearly and accurately reflects the level of export potential of a company that has been present on the foreign market for a long time, as it takes into account the opinion of third-party experts and the influence of internal and external factors. The main advantage of the developed technique is visual optimization. Data obtained as a result of the analysis of the complex methodology, which is much easier to perceive by the user.

Keywords: export potential, trade intensity index, economic assessment, methodology, agricultural enterprises.

Особливості економічної оцінки розвитку експортного потенціалу аграрних підприємств

Р. Батюк

Львівський національний університет ветеринарної медицини та біотехнологій імені С. З. Гжицького, м. Львів, Україна

Аналіз існуючих теоретичних підходів свідчить, що проблема з'ясування сутності та особливостей формування експортного потенціалу аграрних підприємств залишається недостатньо вирішеною, що істотно гальмує розроблення методичних засад їх комплексного оцінювання та управлінських механізмів підвищення міжнародної конкурентоспроможності на зовнішніх ринках. Категорія «експортний потенціал» нами розглядається як бізнес-процес, який поділяється на основні стадії (формування, розвиток, управління) та включає послідовність певних етапів (планування, регулювання, організація, мотивація, контроль). Новизна пропозиції полягає в оцінці експортного потенціалу аграрних підприємств шляхом розрахунку системи показників як на рівні окремих суб'єктів господарювання АПК (прямої метод), так і за допомогою національних спеціалізованих та державних органів (непрямої метод) з дотриманням важливих методологічних принципів. Пропонуємо використовувати індекс інтенсивності торгівлі, який дозволяє визначити, чи є вартість торгівлі між двома країнами більшою чи менше, ніж можна було б очікувати. Індекс взаємодоповнюваності торгівлі може надати корисну інформацію про перспективи внутрішньо-регіональної торгівлі. Він вказує, в якому ступені профіль експорту контрагента збігається або доповнює профіль імпорту партнера. Економічна оцінка експортного потенціалу аграрних підприємств дозволяє забезпечити стійке та ефективне функціонування суб'єктів господарювання у структурі світогосподарських зв'язків та визначити пріоритети їх розвитку. Практичне застосування даної методики дозволить отримати достовірну оцінку поточної ситуації на конкретному ринку збуту, виявити тенденції, проблеми та пріоритети його розвитку, а також потенційні та конкурентні можливості організації з виходу аграрних підприємств в даний агропродовольчий сегмент. Враховуючи специфічність предмету дослідження пропонуємо для оцінки експортного потенціалу аграрних підприємств використовувати інтегральну методику, яка дозволяє більш точно відобразити можливості підприємства на зовнішньому ринку, за допомогою показників, певним чином зв'язаних між собою. Крім інтегральної методики з метою оцінки експортного потенціалу нами запропоновано метод експортної діагностики аграрних підприємств, що полягає в оцінці основних функцій підприємства, які визначають його готовність до експортної діяльності. Перевага розробленої методики полягає в доступності необхідної для аналізу інформації, простоті розрахунків, більш наочно і точно відображає рівень експортного потенціалу компанії, що давно присутня на зовнішньому ринку, оскільки враховує і думку сторонніх експертів, та вплив внутрішніх та зовнішніх факторів. Основна перевага розробленої методики – візуальна оптимізація. Дані, отримані в результаті аналізу комплексної методики, що значно легше сприймаються користувачем.

Ключові слова: експортний потенціал, індекс інтенсивності торгівлі, економічна оцінка, методика, аграрні підприємства.

Вступ

Макроекономічна стабільність, розуміння та можливість прогнозування загальних тенденцій змін зовнішнього і внутрішнього середовищ є одними з головних детермінант успішного ведення бізнесу та стало економічного розвитку суб'єктів господарювання будь-якої країни. Проте повномасштабне вторгнення росії у лютому 2022 р. на територію суверенної України не просто порушило усталений порядок і принципи функціонування вітчизняних підприємств, а зумовило хаос у поточні та стратегічні плани їх діяльності, підвищило до максимуму фінансово-економічні ризики та звело нанівець позитивні очікування змін після пандемічної кризи, спричиненої коронавірусною інфекцією COVID-19 у 2020–2021 рр. (Kondratiuk & Stoianenko, 2022).

Але розвиток ринкових відносин потребує удосконалення зовнішньоекономічної діяльності, що підвищить кількісні та якісні показники виробництва, сприятиме створенню сприятливих умов для стабілізації економіки, збільшення валового внутрішнього продукту та валового національного продукту, покращення рівня життя населення. Тому найбільш важливим є вивчення експортного потенціалу аграрних підприємств, від рівня якого значною мірою залежить успіх їхньої зовнішньоекономічної діяльності (Shebanina & Kikot, 2020).

Дослідженню експортного потенціалу аграрних підприємств присвячені праці таких науковців, як С. Доцюк (Dotsiuk, 2022), О. Кондратюк (Kondratiuk & Stoianenko, 2022), І. Крюкова (Kryukova et al., 2018), К. Наконечна (Nakonechna, 2019), Сіньмень Хань (Sinmen, 2019), Л. Турчин (Turchyn, 2021), Т. Шабатура (Shabatura, 2021), О. Шебаніна (Shebanina & Kikot, 2020).

Механізм формування аграрного експортного потенціалу є особливою системою взаємопов'язаних складових щодо ефективного виробництва та реалізації вітчизняної аграрної продукції, як у вигляді готових товарів, так і у вигляді сільськогосподарської сировини, на міжнародних ринках. Активізація експорту на основі освоєння міжнародних ринків аграрної продукції в сучасних умовах може стати базою для подальшого поступального розвитку агропромислового виробництва та раціонального реформування його галузей, сприятиме формуванню активного зовнішньоторговельного балансу і поліпшенню інших макроекономічних показників (Sinmen, 2019).

Аналіз існуючих теоретичних підходів свідчить, що проблема з'ясування сутності та особливостей формування експортного потенціалу аграрних підприємств залишається недостатньо вирішеною, що істотно гальмує розроблення методичних засад їх комплексного оцінювання та управлінських механізмів підвищення міжнародної конкурентоспроможності на зовнішніх ринках.

Метою дослідження є узагальнення науково-практичного досвіду стосовно використання та розроблення методичних підходів до оцінки експортного потенціалу аграрних підприємств.

Предметом дослідження є науково-методичні та прикладні підходи до оцінювання ефективності експортного потенціалу аграрних підприємств.

Практична значущість результатів дослідження полягає в обґрунтуванні методики, що дає змогу розрахувати систему показників як на рівні окремих суб'єктів господарювання АПК (прямої метод), так і за допомогою національних спеціалізованих та державних органів (непрямої метод) з дотриманням важливих методологічних принципів.

Матеріал і методи досліджень

Теоретичною та методологічною основою досліджень стали праці провідних вітчизняних та зарубіжних вчених-економістів, у яких розглянуто сучасні наукові погляди щодо розвитку експортного потенціалу аграрних підприємств, а також праці провідних аналітиків, присвячені проблемам і методології його оцінки. При вирішенні поставлених завдань використовувались такі методи дослідження: монографічний - при висвітленні поглядів учених на досліджувані в роботі проблеми, вивченні ретроспективи розвитку та оцінки експортного потенціалу аграрних підприємств; аналізу та синтезу – для оцінювання впливу окремих чинників та показників в діяльності аграрних підприємств на їх експортний потенціал; експертних оцінок – для формування системи показників та визначення їх вагомості під час оцінювання експортного потенціалу аграрних підприємств; метод дедукції – при формуванні авторських рекомендацій; абстрактно-логічний – для теоретичних узагальнень та формування висновків.

Результати та їх обговорення

Здійснення експорту як результат досягнення конкурентоспроможності товару на зовнішньому ринку, свідчить одночасно про ефективну роботу підприємства як з погляду його контрагентів так і з погляду зовнішнього оточення. У цьому полягає подвійність експорту з позицій його участі у забезпеченні ефективної діяльності підприємства: експорт одночасно виступає і як фактор, і як результат ефективної роботи підприємства.

Подібна роль експорту свідчить про те, що інтенсифікація зовнішньоекономічної діяльності (ЗЕД) вітчизняних аграрних підприємств, зокрема їх орієнтація на зарубіжні ринки збуту продукції, що нині має виступати ключовим напрямом програми посткризових заходів, що реалізуються аграрними підприємствами і тих, хто прийшов на зміну антикризовим. Таким чином, в даний час необхідною умовою сталого розвитку та зростання економіки як на макро-, так і на мікрорівнях є інтенсифікація експорту спільно з активізацією інноваційно-інвестиційних процесів, підвищенням ефективності використання ринкових інструментів, погодженим вирішенням завдань формування відповідних технологічної, фінансової, інституційної та організаційної структур, основною метою яких виступає об'єднання всіх необхідних елементів у загальний відтворювальний контур нового технологічного та соціально-економічного укладів, створення сприятливих умов для модернізації та підвищення ефективності діяльності аграрних підприємств.

Розвиток елементів експортного потенціалу надає прямий вплив на збільшення ефективності діяльності аграрного підприємства. Здійснюється воно за двома напрямками: розвитку фактично досягнутого експортного потенціалу та залучення у зовнішньоторговельний оборот нереалізованих з різних причин експортних позицій. При розвитку фактично досягнутого експортного потенціалу підвищуються обсяги експор-

ту, рівень валютної виручки та чистого прибутку аграрного підприємства. Експортна виручка є складовою сукупного доходу експортоорієнтованого підприємства, отже, зростають об'ємні та вартісні показники підприємства у цілому. Рівень цього зростання визначається часткою експортної продукції у загальному обсязі випуску підприємства та часток витрат у загальній собівартості. У продукції експортного асортименту на кожному ринку може бути своя ціна та свої витрати. Вони можуть істотно відрізнятися від ціни та витрат аналогів, що йдуть на зовнішній ринок.

Визначення ролі експортної орієнтації для економічного розвитку країни свідчить, що традиційний експортний потенціал можна характеризувати через комплекс показників, на проведенні аналізу яких і буде обґрунтована його оцінка. До вказаного комплексу можна віднести такі:

- відношення між експортом товарів до ВВП та його динамікою розвитку за певний період;
- відношення між експортом основних товарних груп та ВВП;
- відношення між експортом товарів окремої галузі (або за видами економічної діяльності) та обсягами виробництва даної галузі (або за видами економічної діяльності);
- відношення між часткою експорту окремого виду продукції та часткою світового експорту даної продукції, що дозволить також визначити спеціалізацію країни;
- відношення експорту (у вартісному виразі) на одну особу населення країни (Sinmen, 2019).

Категорія «експортний потенціал» нами розглядається як бізнес-процес, який поділяється на основні стадії (формування, розвиток, управління) та включає послідовність певних етапів (планування, регулювання, організація, мотивація, контроль). Новизна пропозиції полягає в оцінці експортного потенціалу аграрних підприємств шляхом розрахунку системи показників як на рівні окремих суб'єктів господарювання АПК (прямий метод), так і за допомогою національних спеціалізованих та державних органів (непрямий метод) з дотриманням важливих методологічних принципів (Рис. 1).

Пропонуємо використовувати індекс інтенсивності торгівлі, який дозволяє визначити, чи є вартість торгівлі між двома країнами більшою чи менше, ніж можна було б очікувати. Індекс взаємодоповнюваності торгівлі може надати корисну інформацію про перспективи внутрішньо-регіональної торгівлі. Він вказує, в якому ступені профіль експорту контрагента збігається, або доповнює профіль імпорту партнера. Велике значення індексу вказує на те, що два суб'єкти господарювання виграють від збільшення торгівлі, він також може бути корисним в оцінці перспективних двосторонніх чи регіональних торгових угод.

Виконані нами дослідження показують, що важливими є індекси, що характеризують ефективність експорту (рентабельність витрат, що визначає рівень прибутку з гривні витрат за виробництво експортної продукції; рентабельність продажів, що визначає рівень прибутку, одержуваної з гривні експортного продажу тощо).

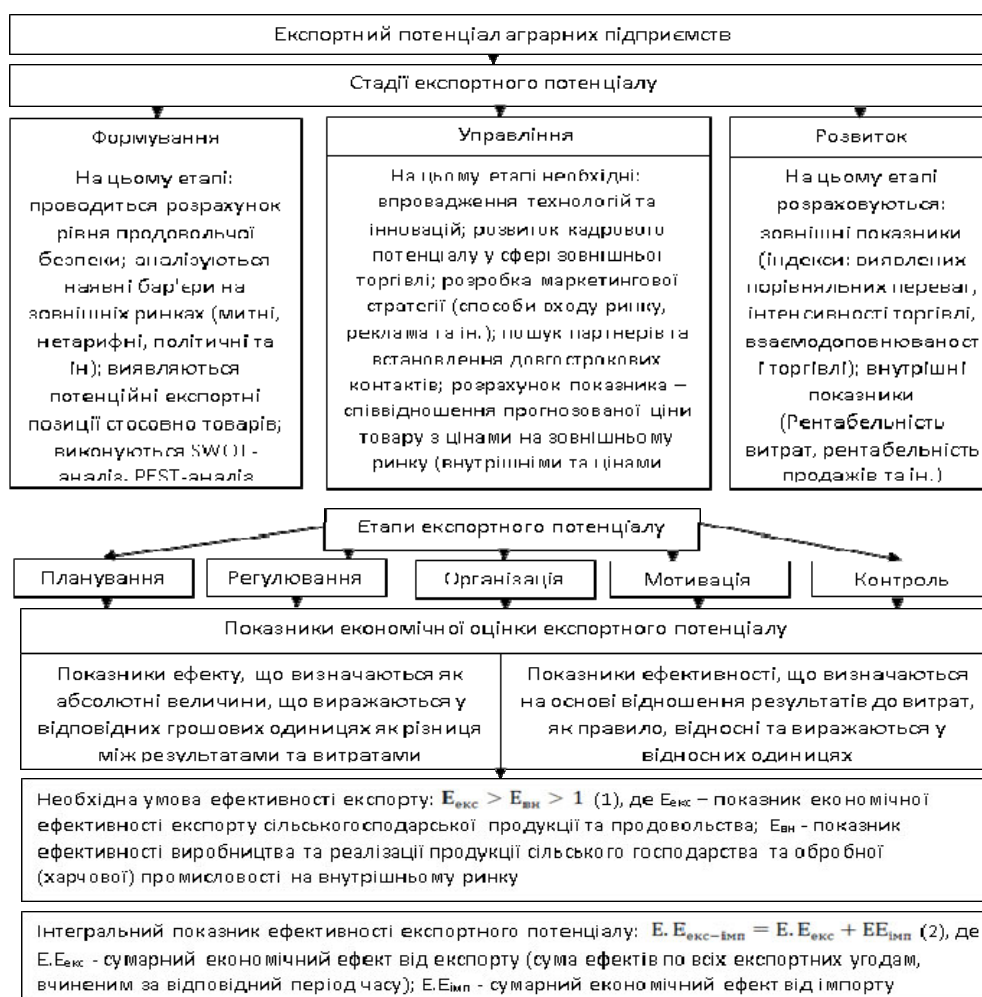


Рис.1. Система показників економічної оцінки експортного потенціалу аграрних підприємств
Джерело: власні дослідження

Отже, внаслідок проведення аналізу попиту на сільськогосподарську продукцію та каналів реалізації продовольчих товарів економічна оцінка експортного потенціалу аграрних підприємств дозволяє забезпечити стійке та ефективне функціонування суб'єктів господарювання у структурі світогосподарських зв'язків та визначити пріоритети їх розвитку.

Практичне застосування даної методики дозволить отримати достовірну оцінку поточної ситуації на конкретному ринку збуту, виявити тенденції, проблеми та пріоритети його розвитку, а також потенційні та конкурентні можливості організації з виходу аграрних підприємств в даний агропродовольчий сегмент.

Враховуючи специфічність предмету дослідження пропонуємо для оцінки експортного потенціалу аграрних підприємств використовувати інтегральну методику, яка дозволяє більш точно відобразити можливість підприємства на зовнішньому ринку, за допомогою показників, певним чином зважених між собою. Перевага даного методу – простота в розрахунках :

$$K_k = \sqrt{a \cdot K_{внутр} \cdot (1 - a) \cdot K_{зовн}}, \quad (1)$$

де $K_{внутр}$ – комплексна оцінка внутрішнього експортного потенціалу підприємства і розраховується за формулою:

$$K_{внутр} = K_{сп} \times K_{рва} \times K_{рп} \quad (2)$$

де $K_{сп}$ – показник співвідношення виробничої програми до виробничої потужності підприємства;
 $K_{рва}$ – показник рентабельності виробничих активів;
 $K_{рп}$ – показник рентабельність продукції;
 $K_{зовн}$ – комплексна оцінка зовнішнього експортного потенціалу підприємства, що розраховується за такою формулою:

$$K_{зовн} = K_{совоп} \times K_{цр} \times K_{марк} \times K_{рпр} \quad (3)$$

де $K_{совоп}$ – показник співвідношення обсягу виробництва та обсягу продажів;
 $K_{цр}$ – частка продукції на цільовому ринку;
 $K_{марк}$ – частка маркетингових витрат у загальній сумі витрат;
 $K_{рпр}$ – показник рентабельності продажів;
 a – коефіцієнт сполученості експортного потенціалу.

Крім інтегральної методики з метою оцінки експортного потенціалу нами запропоновано метод експортної діагностики аграрних підприємств, що полягає в оцінці основних функцій підприємства, які визначають його готовність до експортної діяльності (табл.1):

Таблиця 1
Критерії експортної діагностики аграрних підприємств

Показник	Характеристика
Виробництво	Оцінка виробничих потужностей, що є у підприємства, ємності складів, а також якості постачальників.
Логістика	Оцінюється знання митних операцій, надійність та ефективність роботи субпідрядників, здатність виконувати замовлення точно в строк.
Фінанси	Оцінюється кредитоспроможність підприємства, а також розмір акціонерного та власного капіталу.
Ринок	Оцінка обсягу продажів на внутрішньому та зовнішньому ринку, конкурентних переваг товарів і послуг підприємства.
Ціна	Це один із головних факторів оцінки, тут оцінюється процес формування вартості робіт чи послуг підприємства, можливості пристосування ціни продукції до інших валютам.
Юридичні аспекти	Оцінюється можливість підприємства використовувати державну підтримку експортної діяльності та знання міжнародного законодавства торгівлі та укладання контрактів.

Джерело: власні дослідження

Кожен критерій оцінюється за п'ятибальною шкалою, а потім результати по кожному критерію складаються.

Поєднавши математичні показники та експертну оцінку їх значущості пропонується враховувати такі показники: рентабельність експортних продаж; частка маркетингових витрат за експортну продукцію; частка прибутку від експорту до загального прибутку; рентабельність виробничих активів; рентабельність експортної продукції.

Формула розрахунку розроблена з урахуванням експертної оцінки значущості кожного показника:

$$E_n = \sqrt{r_1 \cdot (1 - a_1)^2 + r_2 \cdot (1 - a_2)^2 + \dots + r_n \cdot (1 - a_n)^2} \quad (4)$$

$$E_n = r_1 \cdot (1 - a_1)^2 + r_2 \cdot (1 - a_2)^2 + \dots + r_n \cdot (1 - a_n)^2 \quad (5)$$

де r – експертна оцінка значущості даного показника;

a – значення математичного показника;

n – число показників.

Перевага розробленої методики полягає в доступності необхідної для аналізу інформації, простоті розрахунків, більш наочно і точно відображає рівень експортного потенціалу компанії, що давно присутня на зовнішньому ринку, оскільки враховує і думка сторонніх експертів, та вплив внутрішніх та зовнішніх факторів. Основна перевага розробленої методики – візуальна оптимізація. Дані, отримані в результаті аналізу комплексної методикою, що значно легше сприймаються користувачем.

Таблиця 2
Напрями діяльності та зовнішньоекономічні функції аграрних підприємств

Напрямок діяльності	Зовнішньоекономічні функції
Виробничо-господарські	<ol style="list-style-type: none"> 1. Пошук та створення експортного продукту. 2. Оцінка конкурентоспроможності експортного товару. 3. Забезпечення техніко-економічних параметрів та вимог експортного виробництва. 4. Прогноз внутрішньовиробничих ресурсів. 5. Пошук джерел матеріальних ресурсів. 6. Забезпечення виробництва експортної продукції. 7. Вибір експортної стратегії підприємства. 8. Встановлення зв'язків із внутрішніми партнерами
Організаційно-економічні	<ol style="list-style-type: none"> 1. Маркетингові дослідження зовнішніх ринків. 2. Аналіз кон'юнктури експортного ринку. 3. Пошук іноземного партнера. 4. Вивчення обставин роботи на ринку іноземного партнера. 5. Вибір форм та методів роботи на зовнішньому ринку. 6. Забезпечення виходу зовнішній ринок. 7. Організація зовнішньоторговельної реклами. 8. Планування зовнішньоторговельної операції. 9. Логістика. 10. Залучення посередника
Оперативно комерційні	<ol style="list-style-type: none"> 1. Підготовка зовнішньоторговельної угоди: встановлення контакту із партнером; розрахунок експортної ціни; проведення переговорів; підготовка проекту договору; погодження умов угоди. 2. Вибір предмета угоди: товар; роботи; послуги. 3. Вибір типу угоди: купівля-продаж; орендна; підрядна; компенсаційна. 4. Визначення основних умов договору: базисних умов постачання; виду транспортування; умов та форм розрахунку тощо. 5. Підписання договору. 6. Виконання договору

Джерело: власні дослідження

Кожне аграрне підприємство при виході на зовнішній ринок та здійснення зовнішньоторговельної діяльності послідовно проходить ряд організаційних, економічних, виробничих та комерційних процедури. Науково обґрунтована і професійна будова даної ро-

боти, що включає оптимальний розподіл функцій між структурними підрозділами учасника ЗЕД, у тому числі на етапі за позовом зовнішніх ринків збуту, дозволяє значно підвищити ефективність зовнішньоторговельної угоди.

Діяльність аграрних підприємств зі створення конкурентного продукту, потенційно можливого для його експортної постачання на зовнішній ринок, має містити ряд напрямків, кожний з яких включає певні зовнішньоекономічні функції. Для підвищення ефективності ЗЕД аграрного підприємства велике значення має їх грамотне ранжування та логістика. Ми класифікуємо напрями діяльності аграрних підприємств з віднесеними до них зовнішньоекономічними функціями та розділимо їх на три групи (табл. 2).

Виробничо-господарське управління аграрних підприємств повинно включати перелік зовнішньоекономічних функцій із забезпечення створення продукції, здатної конкурувати на зовнішньому ринку, у тому числі оцінку її конкурентоспроможності. Також необхідно проводити аналіз потенційних зовнішніх ринків збуту. На даному етапі розробляється стратегія підприємства з експорту продукції, яка в подальшому може бути закладена в середньострокові та довгострокові програми розвитку організації.

Світовий ринок продовольства був і залишається для вітчизняного аграрного сектора економіки одним з пріоритетних напрямів для розвитку та збільшення експорту продукції. Для посилення експортного потенціалу українські виробники сільськогосподарської продукції повинні орієнтуватися на її диверсифікацію відповідно до тенденцій формування структури світової торгівлі продовольством та забезпечити збільшення тієї її частки, що має стабільно зростаючий попит на світовому ринку. Крім того, пріоритетною для вітчизняного агровиробництва має бути продукція з високою доданою вартістю, а також продукція, яка потребує глибокої переробки (Kondratiuk & Stoianenko, 2022).

Таким чином, процес виходу на зарубіжні ринки випереджає створення аграрними підприємствами конкурентоспроможного на світовому ринку продукту. Для вирішення даного найважливішого питання задіяні всі необхідні виробничо-господарські функції учасника ЗЕД.

Висновки

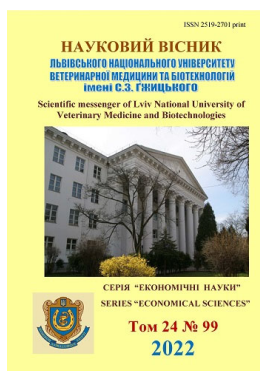
Отже, вихід на зовнішній ринок є комплексним процесом, що складається з різних етапів, що включають створення конкурентоспроможного продукту, вибір країни та проведення маркетингових досліджень, пошук контрагента, розробку збутової політики та ін. Сьогодні всі ці функції лягають на підрозділи ЗЕД та на маркетингові відділи аграрних підприємств. Проблеми, які виникають на будь-якому вищезазначених етапів, можуть навести до відмови підприємства від виходу на той чи інший зовнішній ринок. В цьому зв'язку особливо важливою є наявність зрозумілого та обґрунтованого процесу виходу на зовнішній ринок, з грамотним поділом функцій та повноважень між різними структурними підрозділами аграрних підприємств. Залучення до експортної діяльності виявлених резервів нерезалізованого потенціалу дозволить аграрним підприємствам збільшити обсяги і розширити географічні межі експорту, підвищити загальну ефективність своєї виробничо-господарської діяльності. Виходячи з вищевикладеного слід констатувати, що

досягнення поставленої мети щодо ефективного просування вітчизняної аграрної продукції на зовнішні ринки залежить від рівня організації системи просування продукції та встановлення більш прийнятних форм проведення зовнішньоторговельних операцій, причому деякі з них можуть істотно відрізнятися від використовуваних усередині країни, оскільки на вибір тієї чи іншої форми впливають не тільки запланована мета, але також зовнішнє середовище, якої належить дяти, що й окреслює перспективи подальшого наукового дослідження.

Перспективи подальших досліджень. Важливим напрямом подальшого дослідження є визначення ролі експортної орієнтації аграрних підприємств для економічного розвитку країни та активізації експорту на основі освоєння міжнародних ринків аграрної продукції в сучасних умовах й виявлених резервів їх нереалізованого потенціалу.

References

- Dotsiuk, S. (2022). Suchasni aspekty zovnishno-ekonomichnoi diialnosti ahrarnykh pidpriemstv Ukrainy. *Ekonomika ta suspilstvo*, 39. doi:10.32782/2524-0072/2022-39-21 (in Ukrainian).
- Nakonechna, K. V. (2019). Eksportnyi potentsial ahrarnoi produktsii Ukrainy: perspektyvy rozvytku. *Efektivna ekonomika*, 10. doi: 10.32702/2307-2105-2019.10.50 (in Ukrainian).
- Sinmen, Kh. (2019). Metodychni pidkhody do otsinky eksportnoho potentsialu pidpriemstv ahropromyslovoho vyrobnytstva. *Ukrainskyi zhurnal prykladnoi ekonomiky*, 4(3), 131–138. doi: 10.36887/2415-8453-2019-3-15 (in Ukrainian).
- Turchyn, L. Ya. (2021). Osoblyvosti kompleksu eksportnoho marketynhu ahrarnykh pidpriemstv. *Problemy i perspektyvy ekonomiky ta upravlinnia*, 3(27), 132–139. doi:10.25140/2411-5215-2021-3(27)-132-139 (in Ukrainian).
- Shabatura, T. S. (2021). Rozvytok eksportnoho potentsialu ahrarnoho sektoru natsionalnoi ekonomiky v umovakh ekonomichnoi hlobalizatsii. *Economic Bulletin of the Black Sea Coast*, 1, 138–146. URL: <https://www.ebbsl.com.ua/index.php/visnuk/article/download/14/12> (in Ukrainian).
- Shebanina, O., & Kikot, N. (2020). Formuvannia ta pidvyshchennia eksportnoho potentsialu ahrarnykh pidpriemstv pid vplyvom zovnishnykh rynkiv. *Naukovyi visnyk Mizhnarodnoho humanitarnoho universytetu*, 45, 41–47. doi:10.32841/2413-2675/2020-45-7 (in Ukrainian).
- Kondratiuk, O., & Stoianenko, I. (2022). Eksportnyi potentsial ahrosektora Ukrainy. *CIENTIA RUCTUOSA (Visnyk Kyivskoho natsionalnoho torhovelno-ekonomichnoho universytetu)*, 4(144), 26–51. doi: 10.31617/1.2022(144)03 (in Ukrainian).
- Kryukova, I. O., Kalyna, T. Y., Ranteleiev, V. P., & Minakova, S. M. (2018). Eksportnyi potentsial ahrarnoho sektoru ukrainy v umovakh konkurentnoho seredovyshcha. *Finansovo-kredytna diialnist: problemy teorii i praktyky*, 3(26), 196–207. doi:10.18371/fcaptp.v3i26.144833 (in Ukrainian).



Науковий вісник Львівського національного університету
ветеринарної медицини та біотехнологій імені С.З. Гжицького.
Серія: Економічні науки

Scientific Messenger of Lviv National University
of Veterinary Medicine and Biotechnologies.
Series: Economical Sciences

ISSN 2519-2701 print

<https://nvlvet.com.ua/index.php/economy>

doi: 10.32718/nvlvet-e9906

UDC 338.43:636.32.38:636.39(477)

Prospects for the development of sheep and goat breeding in the Carpathian Economic Region of Ukraine

V. Chemerys, V. Maksym, V. Dushka, A. Kryvishyn

Stepan Gzhytskyi National University of Veterinary Medicine and Biotechnologies Lviv, Lviv, Ukraine

Article info

Received 23.09.2022

Received in revised form

24.10.2022

Accepted 25.10.2022

Stepan Gzhytskyi National University of Veterinary Medicine and Biotechnologies Lviv, Pekarska Str., 50, Lviv, 79010, Ukraine. Tel.: + 38-067-77-347-47 E-mail: chemerus64@gmail.com

Chemerys, V., Maksym, V., Dushka, V., & Kryvishyn, A. (2022). Prospects for the development of sheep and goat breeding in the Carpathian Economic Region of Ukraine. Scientific Messenger of Lviv National University of Veterinary Medicine and Biotechnologies. Series: Economical Sciences, 24(99), 31–37. doi: 10.32718/nvlvet-e9906

In the conditions of the increase in the cost of feed and energy resources, the development of sheep and goat breeding is becoming more and more relevant in Ukraine to ensure the population's food needs and increase the export potential of animal husbandry in general. The article describes the results of a statistical data study for 2010-2021 regarding the state and main trends in sheep and goat breeding development in the Carpathian Economic Region of Ukraine. An analysis of the dynamics of sheep and goat breeding in farms of all categories in terms of live weight by regions of the region, the number of sold livestock for slaughter, sales volumes, the number of sheep in farms of all categories, the volume of lamb and goat meat production, as well as the volume of wool production was carried out. The specific weight of each oblast of the region in the number of livestock and the volume of sheep and goat breeding was determined. Based on the study of statistical data, the amount of sheep and goat breeding per person in the regions of the Carpathian region of Ukraine, as well as the productivity of animal breeding, was determined. It was established that the population of sheep and goats in Ukraine and the regions of the Carpathian region increased by 11.5% during the studied period. The highest growth dynamics were observed in Lviv and Ivano-Frankivsk regions. Accordingly, the volume of breeding and sales of sheep and goats increased. However, wool production in the Carpathian region decreased by 26% during the studied period. The largest share of the population, the amount of sheep and goats that grew and sold in the region, is concentrated in the farms of the Transcarpathian region - about 66-70%. A relatively high level of the ratio of the volume of cultivation to the number of sheep and goats is observed in the farms of the Lviv and Ivano-Frankivsk regions. According to the study's results, the highest level of marketability was determined in the farms of the Transcarpathian region. Based on the analysis of the indicators of the development of sheep and goat breeding in the regions of the Carpathian region of Ukraine, a set of organizational and economic measures regarding the growth of livestock and the volume of sheep and goat breeding in the farms of the region is proposed and substantiated.

Keywords: animal husbandry economy, sheep breeding, goat breeding, production, implementation, Carpathian region.

Перспективи розвитку вівчарства та козівництва в Карпатському економічному районі України

В. Чемерис, В. Максим, В. Душка, А. Кривішин

Львівський національний університет ветеринарної медицини та біотехнологій імені С. З. Гжицького, м. Львів, Україна

В умовах зростання вартості кормів та енергоресурсів все більшої актуальності в Україні набуває розвиток вівчарства та козівництва для забезпечення продовольчих потреб населення та зростання експортного потенціалу тваринництва загалом. У

статті описані результати дослідження статистичних даних за 2010-2021 рр. щодо стану та основних тенденцій розвитку вівчарства та козівництва в Карпатському економічному районі України. Проведено аналіз динаміки обсягів вирощування овець та кіз у господарствах усіх категорій у живій масі за областями регіону, чисельності реалізованого поголів'я на забій, обсягів реалізації, чисельності овець у господарствах усіх категорій, обсягів виробництва баранини та козлятини, а також обсягів виробництва вовни. Визначено питому вагу кожної з областей регіону в чисельності поголів'я та обсягах вирощування овець та кіз. На основі дослідження статистичних даних визначено обсяги вирощування овець та кіз на одну особу в областях Карпатського регіону України, а також продуктивність вирощування тварин. Встановлено, що поголів'я овець та кіз в Україні та областях Карпатського регіону за досліджуваній період збільшилося на 11,5%. Найвища динаміка росту спостерігалася у Львівській та Івано-Франківській областях. Відповідно зросли обсяги вирощування та реалізації овець та кіз. Однак виробництво вовни у Карпатському регіоні скоротилося на 26% за досліджуваній період. Найбільша частка у поголів'ї, обсягах вирощування та реалізації овець та кіз регіону сконцентрована у господарствах Закарпатської області – близько 66-70%. Відносно високий рівень співвідношення обсягів вирощування до чисельності овець та кіз спостерігається у господарствах Львівської та Івано-Франківської областей. Найвищий рівень товарності відповідно до результатів дослідження визначено у господарствах Закарпатської області. На основі проведеного аналізу показників розвитку вівчарства та козівництва в областях Карпатського регіону України запропоновано та обґрунтовано комплекс організаційно-економічних заходів щодо зростання поголів'я та обсягів вирощування овець та кіз у господарствах регіону.

Ключові слова: економіка тваринництва, вівчарство, козівництво, виробництво, реалізація, Карпатський регіон.

Вступ

Вівчарство та козівництво відносяться до традиційних напрямів тваринництва, які поширені у Карпатському економічному районі України. Вирощування овець та кіз є перспективним видом агробізнесу для організації якого необхідно значно менші суми інвестицій у порівнянні з іншими напрямками тваринництва, зокрема скотарства, свинарства та птахівництва. Карпатський економічний район України, до складу якого входять Львівська, Івано-Франківська, Закарпатська та Чернівецька області характеризується сприятливими природо-кліматичними умовами для розвитку вівчарства та козівництва, що значною мірою впливає на спеціалізацію тваринництва гірських територій. Від вівчарства та козівництва, залежно від напрямів продуктивності, одержують цінну м'ясу та молочну продукцію для забезпечення продовольчих потреб населення а також шкіряну сировину і вовну для текстильної промисловості. Однак незважаючи на важливість вівчарства та козівництва для економіки України у тому числі Карпатського регіону, виробничий потенціал даного напрямку тваринництва значною мірою не реалізований та потребує суттєвої фінансової, організаційно-правової та дорадчої підтримки. Відповідно актуальним є проведення комплексного аналізу основних тенденцій та перспектив розвитку вівчарства і козівництва в областях Карпатського регіону України.

Дослідженню економіки вівчарства та козівництва присвячені наукові праці багатьох вітчизняних вчених, а саме: І. М. Беженар (Bezhenar, 2021), В. О. Бойко (Boiko, 2018), Л. В. Жарук, Т. С. Коваль, О. А. Козак (Zharuk et al., 2020), М. Л. Диндин, О. П. Токарчук (Dyndyn & Tokarchuk, 2016), Д. В. Ковальов (Kovalov, 2019). А також іноземні вчені, зокрема: М. Young, R. Kingwell, J. Young, Ph. Vercoe (Young et al., 2020) – проведено економічний аналіз структури стада овець для змішаних підприємств Австралійського фермерського бізнесу. Науковцями С. Shivakumara, К. Siddaraju (Shivakumara & Siddaraju, 2019) досліджено економіку вівчарства та козівництва за різних рівнів інтенсивності.

Проте актуальним є проведення систематичного аналізу показників, які характеризують розвиток вівчарства та козівництва в Україні для формування обґрунтованих організаційно-економічних пропозицій щодо удосконалення агропродовольчої політики держави у тваринництві.

Економічне значення галузі полягає в тому, що утримання овець у господарствах сприяє підвищенню ефективності використання сільськогосподарських угідь. Вівці всеїдні тварини і незамінні щодо використання непридатних для інших тварин пасовищ (із 600 видів різних рослин пасовищ вони поїдають 570). Завдяки вівцям повніше використовуються природні угіддя, особливо пасовища низької якості й найбільш дешеві корми (Bezhenar, 2021).

В ринкових умовах вівчарство може бути однією з конкурентних галузей тваринництва, оскільки забезпечує ринок різноманітною продукцією (баранина, вовна овчина, смушки, молоко тощо). На утримання однієї вівці витрачається менше коштів порівняно з іншими видами сільськогосподарських тварин. Проте в процесі реформування аграрного сектора економіки даний напрям тваринництва виявився найменш захищеним (Boiko, 2018).

В умовах постійно існуючого попиту на продукцію вівчарства на зовнішньому ринку, відродження вітчизняного вівчарства має особливе значення. Вироблена продукція, зокрема, баранина уже наразі затребувана в ЄС, який надав Україні значну квоту на постачання баранини. Крім того, існує попит країн Східної Азії, для яких Україна територіально вигідна з позицій транспортування. Проте без спеціалізованого великотоварного виробництва баранини з використанням м'ясних порід овець та новітніх технологій експортні перспективи України будуть суттєво обмежені або ж взагалі нереалізовані (Zharuk et al., 2020).

Нині в Україні на частку баранини припадає близько 1% виробництва всіх видів м'яса, тому вівчарство впевнено можна вважати галуззю невикористаних можливостей щодо забезпечення населення м'ясом. Впровадження передових технологій вирощування овець, ретельний контроль за параметрами їх відтворення, вибір породи й правильного способу годівлі та утримання тварин уможливило досягти 50–60% рентабельності виробництва продукції, а в передових племінних підприємствах цей показник може досягати 100% (Kovalov, 2019).

Мета дослідження. Визначення основних тенденцій та перспектив розвитку вівчарства і козівництва у господарствах Карпатського економічного району України.

Матеріал і методи досліджень

Матеріалами для дослідження стали статистичні дані, наукові публікації українських та іноземних науковців, власні спостереження. У дослідженні використані загальні наукові методи дослідження, серед яких: аналіз та синтез – при дослідженні динаміки основних показників, які характеризують розвиток вівчарства та козівництва в Україні та Карпатському економічному районі за досліджуваній період; монографічний метод – при комплексному вивченні стану галузі вівчарства та козівництва в областях Карпатського економічного району; експертний метод – при визначенні та обґрунтуванні напрямів активізації розвитку вівчарства та козівництва у господарствах регіону.

Результати та їх обговорення

Загалом у господарствах усіх категорій України поголів'я овець та кіз на початок 2021 року становило 621 тис. голів, що на 6% менше минулого року та

майже у двічі менше ніж 10 років тому. Відповідно відбувається суттєве скорочення обсягів вирощування та реалізації продукції. Так, за 2010-2021 рр. обсяг вирощування та кількість тварин, які реалізовані на забій господарствами України знизився на 40%, а виробництво вовни скоротилося у 3 рази. Значний спад виробництва у вівчарстві та козівництві, який відбувався з 2010 р. є наслідком неефективного, на наш погляд, існуючого механізму підтримки даного напрямку тваринництва України, який не сприяв створенню економічного інтересу у господарствах населення, де сконцентровано близько 75% усього поголів'я овець та кіз. Важливим чинником, який негативно впливав на розвиток вівчарства та козівництва є низький рівень економічної ефективності вирощування тварин у більшості підприємств, через відносно високий рівень собівартості вирощування та низькі ціни реалізації продукції, у порівнянні, для прикладу, із країнами ЄС. Зростання цін на баранину та козятину уповільнило скорочення поголів'я та обсягів виробництва продукції зокрема у сільськогосподарських підприємствах України.

Проте сприятливої для виробників ринкової кон'юнктури все ще не достатньо для активізації розвитку вівчарства і козівництва, у тому числі в господарствах населення, які утримують основну частку поголів'я тварин.

Таблиця 2

Основні показники розвитку вівчарства та козівництва в Карпатському економічному районі, 2010-2021 рр.

Показники	Роки					2021 до 2010 р., %	2021 до 2020 р., %
	2010	2015	2019	2020	2021		
Вирощування овець та кіз у господарствах усіх категорій у живій масі, тис. т							
Україна	40,6	28,2	26,3	24,4	24,6	60,6	100,8
Карпатський регіон	7,8	7,9	9,2	4,6	8,7	111,5	189,1
Закарпатська	5,8	5,4	6,6	2,2	6	103,4	272,7
Івано-Франківська	0,7	0,8	0,7	0,7	0,8	114,3	114,3
Львівська	0,4	0,3	0,4	0,4	0,6	150,0	150,0
Чернівецька	0,9	1,4	1,5	1,3	1,3	144,4	100,0
Кількість овець та кіз, реалізованих на забій у господарствах усіх категорій, тис. голів							
Україна	1274	911,2	865,2	724,3	756,6	59,4	104,5
Карпатський регіон	222,4	269,9	268,5	143,8	257,5	115,8	179,1
Закарпатська	154,7	190,2	189,8	63,4	179,6	116,1	283,3
Івано-Франківська	20,2	22,5	21,9	21,9	21,3	105,4	97,3
Львівська	8,5	12,6	12,6	13	12,5	147,1	96,2
Чернівецька	39	44,6	44,2	45,5	44,1	113,1	96,9
Реалізація на забій овець та кіз у господарствах усіх категорій, тис. т							
Україна	8	7,7	8,6	4,9	25,5	318,8	520,4
Карпатський регіон	8	7,7	8,6	4,9	8,6	107,5	175,5
Закарпатська	5,8	5,3	6	2,4	6,2	106,9	258,3
Івано-Франківська	0,7	0,8	0,8	0,8	0,8	114,3	100,0
Львівська	0,4	0,4	0,3	0,3	0,5	125,0	166,7
Чернівецька	1,1	1,2	1,5	1,4	1,1	100,0	78,6
Кількість овець у господарствах усіх категорій, тис. голів							
Україна	1101	785,8	698,5	658,8	621	56,4	94,3
Карпатський регіон	154,7	168,4	165,7	161,2	156,7	101,3	97,2
Закарпатська	102,5	114,6	115,2	111,9	109,4	106,7	97,8
Івано-Франківська	7,1	9,3	9,3	9	8,3	116,9	92,2
Львівська	5,4	8,7	8,1	7,9	7,9	146,3	100,0
Чернівецька	39,7	35,8	33,1	32,4	31,1	78,3	96,0
Виробництво баранини та козятини у господарствах усіх категорій, тис. т							
Україна	21	13,7	13,9	11,5	12,2	58,1	106,1
Карпатський регіон	3,9	3,8	4,4	2,2	4,2	107,7	190,9
Закарпатська	3	2,7	3,1	1,2	3,2	106,7	266,7
Івано-Франківська	0,3	0,4	0,4	0,3	0,3	100,0	100,0
Львівська	0,2	0,2	0,2	0,1	0,2	100,0	200,0
Чернівецька	0,4	0,5	0,7	0,6	0,5	125,0	83,3

Джерело: (Derzhavna Sluzhba Statystyky Ukrainy, 2021)

Важливе значення у розвитку вівчарства та козівництва відіграє Карпатський регіон в якому сконцентровано близько 25% поголів'я овець та кіз від загальної чисельності в Україні, понад третина обсягів виробництва та реалізації баранини і м'яса кіз. Також у Карпатському регіоні виробляється близько 20% усієї вовни. На початку 2021 р. в областях Карпатського регіону, відповідно до даних статистичної звітності, нараховувалося понад 156,7 тис. овець та кіз, що на 3% менше за показник минулого року.

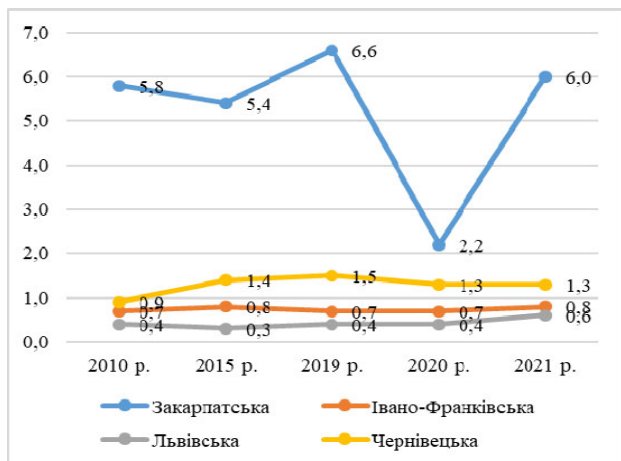


Рис. 1. Вирощування овець та кіз за областями Карпатського економічного району у живій масі, 2010-2021 рр., тис. т

Джерело: (Derzhavna Sluzhba Statystyky Ukrainy, 2021)

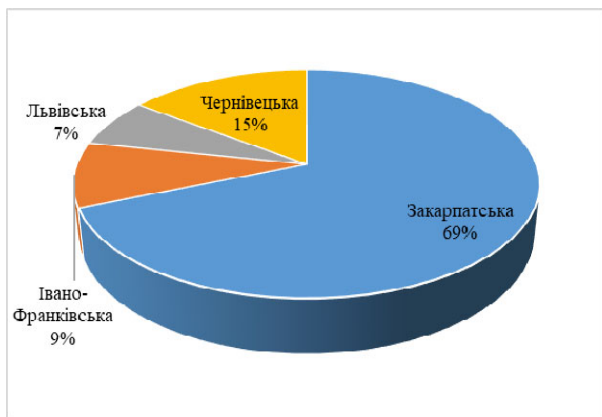


Рис. 2. Структура вирощування овець та кіз за областями Карпатського економічного району, 2021 р., %

Джерело: (Derzhavna Sluzhba Statystyky Ukrainy, 2021)

Найбільша чисельність тварин утримується господарствами Закарпатської області – понад 66%, на другій позиції Чернівецька область з часткою 22%. У господарствах Івано-Франківської та Львівської областей зосереджено відповідно 7 та 5% від усього поголів'я овець та кіз регіону. Високі темпи зростання чисельності тварин спостерігаються у господарствах Львівської області, в якій за 2010-2021 рр. поголів'я овець та кіз виросло на 46% та склало 8 тис. голів.

Обсяги реалізації овець та кіз на забій у Карпатському регіоні зростають через скорочення поголів'я тварин у господарствах населення. Так, за 2010-2021

рр. відбулося зростання реалізації овець та кіз на забій у живій вазі на 7,5%. Зокрема чисельність реалізованого поголів'я овець та кіз виросла за аналогічний період на 15,8%. Найвищі показники зростання обсягів реалізації овець та кіз спостерігалися у Львівській області. З кожним роком усе менше домогосподарств, які утримують основну частку поголів'я овець та кіз зацікавлені їх вирощувати через низький економічний інтерес та складні соціально-демографічні процеси, які властиві для всіх регіонів України.

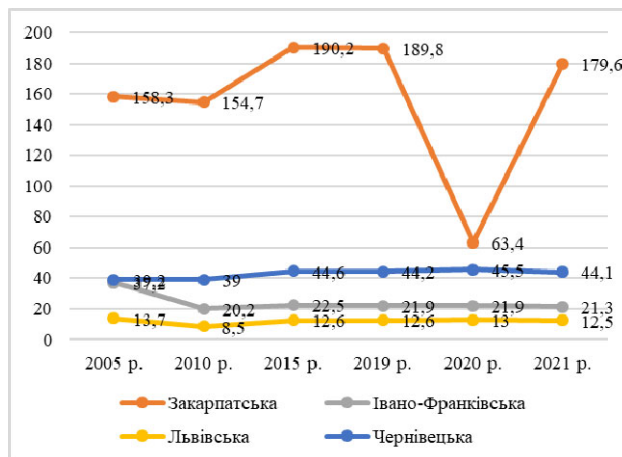


Рис. 3. Чисельність овець та кіз реалізованих на забій за областями Карпатського економічного району, 2005-2021 рр. тис. голів

Джерело: (Derzhavna Sluzhba Statystyky Ukrainy, 2021)

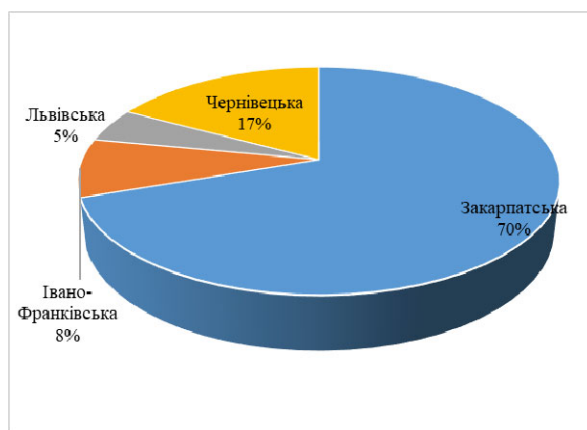


Рис. 4. Структура поголів'я овець та кіз за областями Карпатського економічного району, 2021 р. %

Джерело: (Derzhavna Sluzhba Statystyky Ukrainy, 2021)

Розведення овець та кіз у господарствах населення є традиційною сімейною справою (бізнесом) який часто передається наступним поколінням. Однак досить часто молодь не зацікавлена у продовженні такої справи обираючи альтернативні, більш дохідні варіанти заробітку, зокрема за кордоном. Відповідно члени домогосподарств, які в силу свого віку та зниження фізичної працездатності, яка необхідна для вирощування тварин, скорочують їх поголів'я, у тому числі маточне, реалізуючи овець та кіз на забій.

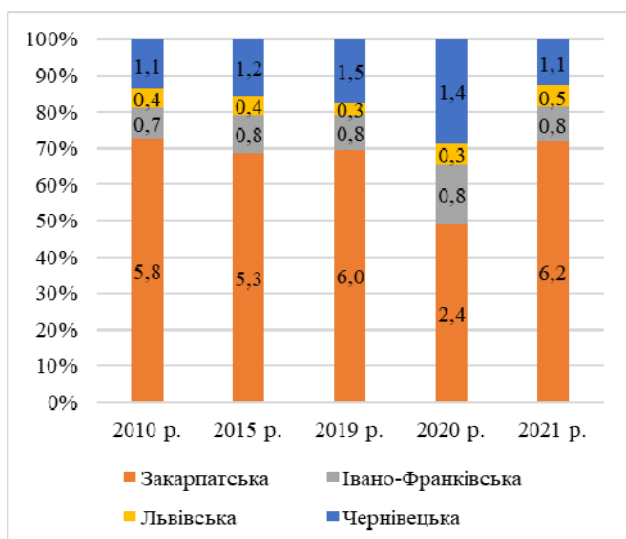


Рис. 5. Реалізація на забій овець та кіз за областями Карпатського економічного району, 2010-2021 рр., тис. т.

Джерело: (Derzhavna Sluzhba Statystyky Ukrainy, 2021)

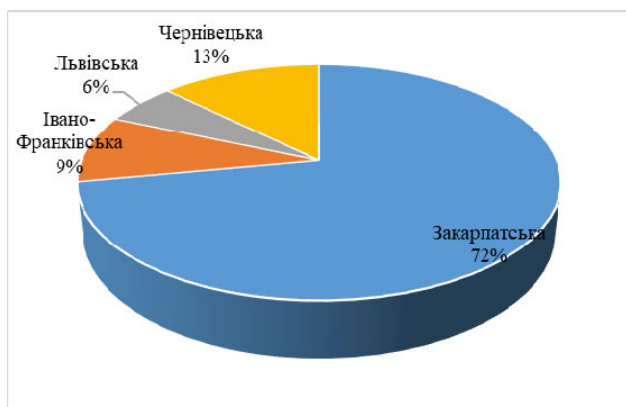


Рис. 6. Структура реалізації овець та кіз за областями Карпатського економічного району, 2021 р., %

Джерело: (Derzhavna Sluzhba Statystyky Ukrainy, 2021)

Зазначена проблема характерна для усіх напрямів тваринництва в Україні, якими займаються господарства населення та потребує комплексного підходу до її вирішення, який повинен базуватися на впровадженні стимулюючих фінансових та організаційно-правових рішень, які формуватимуть економічний інтерес у господарствах населення з метою їх якісного розвитку та перетворення на фермерські господарства, у тому числі сімейного типу, які відносяться до більш продуктивних та економічно ефективніших форм бізнесу.

Обсяги вирощування живої ваги овець та кіз за 2010–2021 рр. у господарствах Карпатського регіону загалом зросли на 11,5% до 8,7 тис. т. Найбільше зростання на рівні 40-50% відбулося у Чернівецькій та Львівській областях. У Закарпатській області вирощується до 70% живої ваги овець та кіз регіону. Більш стабільний стан вівчарства та козівництва спостерігається в областях, які відносяться до Карпатського економічного району України.

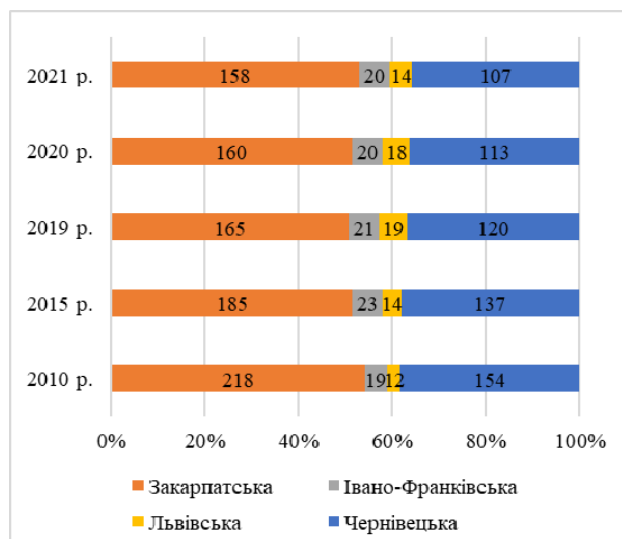


Рис. 7. Виробництво вовни всіх видів за областями Карпатського економічного району, 2010-2021 рр. т

Джерело: (Derzhavna Sluzhba Statystyky Ukrainy, 2021)

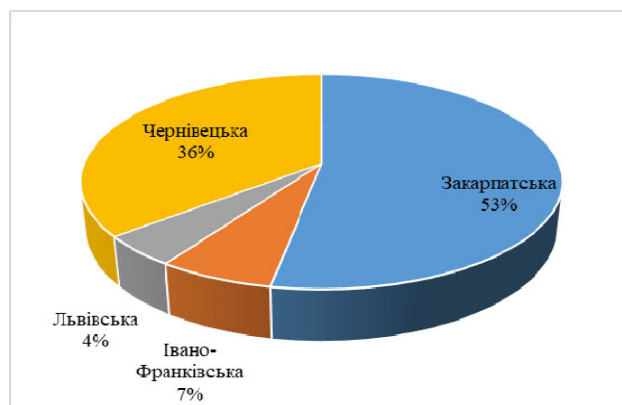


Рис. 8. Структура виробництва вовни за областями Карпатського економічного району, 2021 р., %

Джерело: (Derzhavna Sluzhba Statystyky Ukrainy, 2021)

У Карпатському регіоні близько половини усієї вовни виробляється господарствами Закарпатської області, що становить 158 т. Понад третина обсягів виробництва припадає на господарства Чернівецької області. Найменше вовни виробляється господарствами Львівщини – 14 т.

Загалом обсяги виробництва баранини та м'яса кіз у розрахунку на 1 жителя Карпатського регіону становили менше 1 кг на рік. Найвищий рівень забезпеченості бараниною та м'ясом кіз у Закарпатській області – 2,5 кг у розрахунку на 1 особу за рік. Відносно низькі показники виробництва баранини на одну особу за рік спостерігаються у Львівській області – менше 0,1 кг.

Середній забійний вихід реалізованих у регіоні овець та кіз за 2021 р. становив 48,8%, що на 4 відсоткових пункти (в.п.) більше ніж попереднього року. Найвищий показник забійного виходу спостерігався у Закарпатській області – близько 50%. Досить низький показник виходу м'яса при реалізації овець та кіз на

забій у господарствах Івано-Франківської області – 37,5%.

Варто зазначити, що співвідношення обсягів реалізованої живої ваги овець та кіз на забій до обсягів вирощеної ваги у господарствах Карпатського регіону станом на 2021 р. становило 98,8%, що у порівнянні з попереднім роком нижче на 8 в.п. Найвищий показник співвідношення у Закарпатській області – 103%.

Досліджуючи співвідношення обсягів вирощування живої ваги овець та кіз до чисельності їх поголів'я у 2021 р., який характеризує рівень м'ясної продуктивності варто зазначити, що даний показник за досліджуваний період загалом у Карпатському регіоні виріс на 10% до 55 кг, що на 16 кг більше ніж всередньому в Україні. Найвище співвідношення обсягів вирощування до чисельності поголів'я овець та кіз спостерігаються у господарствах Івано-Франківської та Львівської областей – 96 та 76 кг відповідно.

В Україні є значний потенціал розвитку вівчарства та козівництва у сільськогосподарських підприємствах, на які припадає близько 25% усього поголів'я овець та кіз. В умовах зростання вартості кормів та енергоресурсів вівчарство та козівництво стає все більше інвестиційно привабливими напрямками агробізнесу через відносно низьку вартість годівлі у порівнянні із птахівництвом та свиначством. Також капіталомісткість вівчарства та козівництва одна із найнижчих у тваринництві, зростання цін на баранину, м'ясо кіз та молоко, сприятиме зростанню економічної ефективності даного виду бізнесу. Також варто зазначити, що міжнародний та внутрішній ринок продукції вівчарства та козівництва є достатньо ненасичений та потребує від виробників зростання пропозиції якісної продукції, що безумовно зменшує збутові ризики.

Вівчарство та козівництво у порівнянні з іншими поширеними напрямками тваринництва характеризується найвищою ефективністю перетворення зелених та грубих кормів на приріст живої ваги. Незважаючи на відносно високу конверсію корму для одержання приросту, який становить в межах 7-8 к.од за рахунок низької вартості кормових компонентів у годівлі овець та кіз досягається високий рівень оплати корму, що в умовах зростання вартості зерна та протеїнових компонентів є достатньо вагомих чинником прибутковості у тваринництві.

Найкращі можливості для виробництва і реалізації продукції вівчарства і козівництва з метою досягнення максимального прибутку від господарської діяльності є спроможність суб'єктів господарювання приводити в дію наявні чинники виробництва і комплексно вирішувати питання раціонального використання трудових, земельних, матеріальних і фінансових ресурсів (Dyndyn, & Tokarchuk, 2016).

Для активізації розвитку вівчарства та козівництва в Україні та зокрема Карпатському регіоні, необхідно забезпечити доступність цільових банківських кредитів під низьку відсоткову ставку (2-3% річних) для існуючих та потенційних виробників.

Стимулювати та мотивувати перехід господарств населення, які утримують овець та кіз на більш продуктивні форми агробізнесу, зокрема сімейні фер-

мерські господарства та забезпечення фінансової та консультативної підтримки для їх розвитку.

Гарантувати реалізацію “безперешкодного” права в адміністративному та бюрократичному аспекті на одержання необхідної площі сільськогосподарських угідь для організації сімейних ферм з вирощування овець чи кіз.

Підвищити фінансову підтримку розвитку плеєних господарств у вівчарстві та козівництві з метою забезпечення якісного продуктивного маточного та ремонтного поголів'я тварин для підприємств і господарств населення. А також сприяти закупівлі маточного поголів'я високопродуктивних порід овець та кіз зарубіжної селекції та організації їх розведення і поширення в Україні.

Систематично організовувати інформаційні дорадницькі та тренінгові заходи із залученням науковців ВНЗ відповідного профілю освіти та фахових експертів спеціалізованих організацій з метою формування у населення сільських територій економічного інтересу щодо вирощування овець та кіз. Актуальним є створення спеціалізованих онлайн-платформ для розміщення бізнес-проектів у тому числі щодо розвитку вівчарства та козівництва з метою залучення необхідних інвестиційних ресурсів. Також варто поширювати через дорадчі служби та наукові установи інноваційні ресурсозберігаючі технології у вівчарстві та козівництві для підвищення економічної ефективності вирощування овець та кіз.

Реалізація запропонованих заходів сприятиме розвитку вівчарства та козівництва в областях Карпатського регіону та України загалом, підвищенню ефективності функціонування виробників, які вирощують овець та кіз, на основі раціонально використання залучених ресурсів, а також дозволить підвищити виробничий та експортний потенціал даного напрямку тваринництва.

Висновки

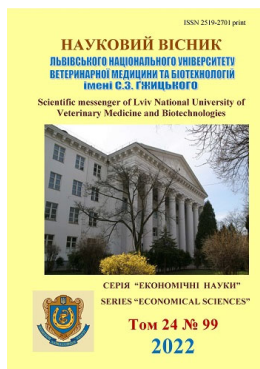
За результатами дослідження встановлено, що на Карпатський регіон припадає близько 25% поголів'я та обсягів вирощування овець та кіз в Україні. Найвища питома вага у вівчарстві та козівництві регіону займає Закарпатська область – близько двох третин від чисельності поголів'я та обсягів вирощування. За 2010–2020 рр. обсяги вирощування живої ваги овець та кіз у господарствах Карпатського регіону зросли на 11,5% до 8,7 тис. т., а реалізації – на 7,5% та досягли 8,6 тис. т. Однак чисельність поголів'я збільшилося на 1,3%. Зростання обсягів вирощування та реалізації відбулося на основі підвищення продуктивності вирощування овець та кіз у господарствах регіону. Найвищі темпи збільшення продуктивності вирощування спостерігалися у Львівській та Івано-Франківській областях. Визначено, що найвищий рівень забезпеченості бараниною у Закарпатській області – 2,6 кг на 1 особу за рік. Обґрунтовано основні організаційно-економічні заходи щодо активізації розвитку вівчарства та козівництва у господарствах Карпатського регіону України, які базуються на впровадженні пільгового кредитування виробників, стимулювання роз-

витку сімейного фермерства, дорадництва та покращення інформаційно забезпечення населення сільських територій, зокрема молоді для організації ефективного вирощування овець та кіз в областях регіону.

Перспективи подальших досліджень. Актуальним на наш погляд є проведення моделювання економічної ефективності вирощування овець та кіз у сільськогосподарських підприємствах України з метою визначення та обґрунтування основних резервів підвищення показників рентабельності для вибору найбільш оптимального варіанту зростання з врахуванням наявного ресурсного забезпечення.

References

- Bezhenar, I. M. (2021). Otsinka rozvytku haluzi vivcharstva. *Ekonomika APK*, 2, 25–40. doi:10.32317/2221-1055.202102025 (in Ukrainian)
- Boiko, V. O. (2018). Perspektyvy rozvytku ta pidvyshchennia konkurentospromozhnosti haluzi vivcharstva na Khersonshchyni. *Ekonomika APK*, 1, 26–33. URL: <http://www.eapk.org.ua/contents/2018/01/26> (data zvernennia 12.09.2022) (in Ukrainian).
- Derzhavna Sluzhba Statystyky Ukrainy. 2021. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (in Ukrainian).
- Zharuk, L. V., Koval, T. S., & Kozak, O. A. (2020). Rozvytok svitovoho rynku produktii vivcharstva. *Ekonomika APK*, 8, 60–71. doi:10.32317/2221-1055.202008060 (in Ukrainian).
- Dyndyn, M. L., & Tokarchuk, O. P. (2016). Osnovy efektyvnosti silskohospodarskykh pidpriemstv vivcharstva i kozivnytstva. *Naukovyi visnyk LNUVMBT imeni S.Z. Gzhytskoho*, 18, 2(69), 53–57. URL: <https://nvlvet.com.ua/index.php/economy/article/view/3316> (data zvernennia 13.09.2022) (in Ukrainian).
- Kovalov, D. V. (2019). Sotsialno-ekonomichna skladova ta napriamy vidrozdzhennia haluzi vivcharstva u khersonskii oblasti. *Ahrosvit*, 23, 42–48. doi:10.32702/2306-6792.2019.23.42 (in Ukrainian).
- Young, M., Kingwell, R., Young, J., & Vercoe, Ph. (2020). An economic analysis of sheep flock structures for mixed enterprise Australian farm businesses. *Australian Journal of Agricultural and Resource Economics*, 64, 677–699. doi:10.1111/1467-8489.12371.
- Shivakumara, C., & Siddaraju, K. (2019). Economics of Sheep and Goat Rearing under Extensive, Semi-Intensive and Intensive Methods of Rearing. *Economic Affairs*, 3(64), 553–561. doi:10.30954/0424-2513.3.2019.11.



Науковий вісник Львівського національного університету
ветеринарної медицини та біотехнологій імені С.З. Гжицького.
Серія: Економічні науки

Scientific Messenger of Lviv National University
of Veterinary Medicine and Biotechnologies.
Series: Economical Sciences

ISSN 2519-2701 print

<https://nvlvet.com.ua/index.php/economy>

doi: 10.32718/nvlvet-e9907

UDC 338.43:636.03:574.472(477)

The main trends in the development of egg poultry farming in Ukraine

V. Maksym, V. Chemerys, V. Dushka, K. Nebozhenko

Stepan Gzhytskyi National University of Veterinary Medicine and Biotechnologies Lviv, Lviv, Ukraine

Article info

Received 23.09.2022

Received in revised form
24.10.2022

Accepted 25.10.2022

Stepan Gzhytskyi National University of Veterinary Medicine and Biotechnologies Lviv, Pekarska Str., 50, Lviv, 79010, Ukraine.
Tel.: + 38-097-58-701-77
E-mail: volodi-amaxym88@gmail.com

Maksym, V., Chemerys, V., Dushka, V., & Nebozhenko, K. (2022). The main trends in the development of egg poultry farming in Ukraine. Scientific Messenger of Lviv National University of Veterinary Medicine and Biotechnologies. Series: Economical Sciences, 24(99), 38–44. doi: 10.32718/nvlvet-e9907

Poultry breeding in the egg sector belongs to the strategically important areas of livestock production in Ukraine and many countries worldwide. In addition, it affects the country's food security by filling the market with valuable food products. Eggs are one of the leading export products of livestock production in Ukraine. However, during the studied period, there was a decline in the production and economic potential of poultry farming in the egg sector, negatively affecting export opportunities. The article presents the results of a study of the main trends in the development of egg production in Ukraine. An economic analysis of the dynamics of egg production in enterprises and households in the regions of Ukraine was carried out. The importance of the influence and the specific weight in forming the offer of eggs on the regional markets were determined. The leading indicators of the balance of eggs in Ukraine were studied. An analysis of the fund of egg consumption by regions of Ukraine was carried out. The promising central areas for developing poultry farming in the egg direction are substantiated, considering the difference between the volume of egg production and the consumption fund in Ukraine. The main negative factors of the decline in the volume of egg production in agricultural enterprises and households have been established. The structure of egg production by regions of Ukraine was determined. The development of small organizational forms of business in poultry farming, in particular, farms based on households and personal peasant farms to minimize risks, reduce logistics costs, develop the clean competition, and improve the balance between supply and demand in regional markets, is substantiated. According to the results of the study, it was established that the production of eggs in Ukraine for 2010–2021 decreased by 17%. The most significant decline occurred in 2021 - by 13% compared to the previous year, due to the increase in costs for feed, energy sources, and price disparity, which caused a decrease in production profitability and investment interest among many industrial producers. In 2022, the drop in egg production was exacerbated by active hostilities that covered the eastern, most of the southern and northern regions of Ukraine, which led to the loss of production capacity, the blockade of logistics flows, and the reduction of the productive poultry population in many local enterprises. The determined set of factors caused a sharp increase in egg prices in the 3rd and 4th quarters of 2022, which will affect the further decrease of the consumption fund.

Keywords: eggs, poultry, production, consumption, balance, export, price, farms, agricultural enterprises, households.

Основні тенденції розвитку птахівництва яєчного напрямку в Україні

В. Максим, В. Чемерис, В. Душка, К. Небоженко

Львівський національний університет ветеринарної медицини та біотехнологій імені С. З. Гжицького, м. Львів, Україна

Птахівництво яєчного напрямку відноситься до стратегічно важливих напрямів тваринництва в Україні та багатьох держав світу, а також впливає на продовольчу безпеку держави наповнюючи ринок цінною продовольчою продукцією. Яйця є одним із основних експортних товарів тваринництва України. Проте за досліджуваний період відбувається спад виробничого та економі-

чного потенціалу птахівництва яєчного напрямку, що негативно позначається на експортних можливостях. У статті представлені результати дослідження основних тенденцій розвитку виробництва яєць в Україні. Проведений економічний аналіз динаміки обсягів виробництва яєць у підприємствах та господарствах населення за областями України. Визначено вагомість впливу та питому вагу у формуванні пропозиції яєць на регіональних ринках. Досліджено основні показники балансу яєць в Україні. Проведено аналіз фонду споживання яєць за областями України. Обґрунтовано основні перспективні регіони для розвитку птахівництва яєчного напрямку із врахуванням різниці між обсягами виробництва яєць та фондом споживання в Україні. Встановлено основні негативні чинники спаду обсягів виробництва яєць у сільськогосподарських підприємствах та господарствах населення. Визначено структуру виробництва яєць за областями України. Обґрунтовано розвиток малих організаційних форм бізнесу у птахівництві, зокрема фермерських господарств на базі господарств населення та особистих селянських господарств з метою мінімізації ризиків, зниження логістичних витрат, розвитку чистої конкуренції та покращення збалансованості між попитом і пропозицією на регіональних ринках. За результатами дослідження встановлено, що виробництво яєць в Україні за 2010–2021 рр. скоротилося на 17%. Найбільший спад відбувся у 2021 р – на 13% по відношенню до попереднього року, через зростання витрат на корми, енергоносії та диспаритет цін, що обумовило зниження прибутковості виробництва та інвестиційного інтересу у багатьох промислових виробників. У 2022 р. посилює падіння обсягів виробництва яєць активні воєнні дії, які охопили східні, більшість південних та північні області України, що призвело до втрат виробничих потужностей, блокади логістичних потоків та скорочення продуктивного поголів'я птиці у багатьох місцевих підприємствах. Визначена сукупність чинників спричинила у 3 та 4 кварталах 2022 р. різке підвищення цін на яйця, що вплине на подальше зниження фонду споживання.

Ключові слова: яйця, птахівництво, виробництво, споживання, баланс, експорт, ціна, фермерські господарства, сільськогосподарські підприємства, господарства населення.

Вступ

Птахівництво яєчного напрямку продуктивності відноситься до традиційних та найбільш поширених видів дрібного тваринництва в Україні, зокрема у господарствах населення. Вирощування курей яєчних та м'ясо-яєчних порід забезпечує ринок цінною сировиною та продовольчою продукцією, а саме яйцями та продуктами їх переробки, м'ясом птиці, субпродуктами та ін. Україна володіє значною сировинною базою для успішного розвитку птахівництва, у тому числі яєчного напрямку продуктивності. Однак через воєнний фактор відбувається суттєве скорочення виробничого потенціалу в усіх формах виробництва. Також помітні негативні зміни в обсягах виробництва яєць спостерігалися у довоєнний період 2020-2021 рр., що в сукупності вплинуло на порушення стабільності ринку та потребують більш комплексніших досліджень з метою встановлення причинно-наслідкових зв'язків, які характеризують спад економічного потенціалу даного напрямку дрібного тваринництва.

Основним економічним проблемам розвитку птахівництва в Україні присвячені праці багатьох вітчизняних науковців: О. О. Гоменюк, Н. В. Круликівська (Homeniuk & Krulikovska, 2014), С. В. Сендецька (Sendetska, 2017), О. С. Новікова (Novikova, 2021), С. Ф. Яців (Yatsiv, 2021), І. І. Вініченко, Д. В. Маховський (Vinichenko & Makhovskyi, 2015), М. А. Полегенька (Polehenka, 2019) та інші.

Проте динамічні зміни, з якими стикнулося тваринництво України, у тому числі птахівництво яєчного напрямку продуктивності потребують систематичних досліджень для встановлення основних чинників, які вплинули на спад виробництва яєць.

Птахівництво яєчного комплексу – перспективна галузь, яка спеціалізується на селекційному вирощуванні, годівлі та утриманні птиці. Зростання поголів'я птиці та обсягів виробництва продукції досягається за рахунок селекції, автоматизації виробництва, дотримання ветеринарних правил, а також адаптації до стандартів якості. Основною причиною динамічного поширення галузі є зростання попиту на яйця через їх економічну доступність, дієтичні властивості та незамінність у раціоні населення (Ryabukha et al., 2022).

Галузь птахівництва є мобільною для застосування інновацій та залучення інвестицій з різних джерел, у тому числі державних, відрізняється від інших галузей тваринництва прискореним оборотом капіталу. (Vinichenko & Makhovskyi, 2015; Polehenka, 2019).

У 2020 р. в умовах падіння купівельної спроможності населення та значної конкуренції всередині галузі ціни на яйця на вітчизняному ринку трималися на доволі низькому рівні. Водночас ціни на корми продовжували зростати. Особливо це стало помітно наприкінці 2020 р., коли зростаючий попит на кукурудзу на світовому ринку призвів до суттєвого скорочення пропозиції кукурудзи для перероблення на корми та зростання ціни на них. У результаті Союз птахівників України заявив про збитковість виробництва яєць і у 2020 р. на рівні 17%. Як наслідок ми отримали стрімке здороження яєць у вітчизняних торговельних мережах (Novikova, 2021).

На ринку яєць крупних виробників небагато, тому спостерігається монополістична конкуренція. Саме великі підприємства диктують цінову політику в Україні. Такі компанії роблять ставки на вертикально інтегровану систему, тобто здійснюють контроль над всім ланцюжком просування продукції від початкових стадій виробництва до споживача (Homeniuk & Krulikovska, 2014).

Мета дослідження. Визначення основних тенденцій та чинників розвитку птахівництва яєчного напрямку в господарствах України.

Матеріал і методи досліджень

У статті використано загальні методи наукових досліджень, зокрема монографічний метод, аналіз та синтез – при комплексному дослідженні основних чинників, які вплинули на спад виробництва яєць в Україні; розрахунково-конструктивний метод – при обґрунтування найбільш перспективних областей України для організації виробництва яєць з врахуванням різниці між пропозицією та фондом споживання; системний аналіз – при визначенні та обґрунтуванні причинно-наслідкових зв'язків між соціально-економічними чинниками та обсягами виробництва яєць у господарствах України.

Результати та їх обговорення

Разом із скороченням обсягів виробництва яєць скоротився їх експорт у 2 рази, в основному через низьку ціну реалізації та зростаючі логістичні витрати, що вплинуло на зниження прибутковості таких операцій. Також спостерігається стабільне зниження внутрішнього фонду споживання яєць спричинене скороченням населення, яке постійно проживає та зниженням споживання у розрахунку на 1 особу. Так, за 2010-2021 рр. обсяг внутрішнього ринку яєць зме-

ншився на 117 тис. т, що становить 18%, а річне споживання на 1 особу знизилася на 1 кг, або всередньому на 18 штук яєць. Загалом середній показник споживання яєць на 1 особу за рік становив у 2021 р. 272 штуки, що на 10-15% нижче раціональної норми. Відносно високий рівень річного споживання яєць в перерахунку на одну особу спостерігається у тих областях, в яких сконцентровано найбільші обсяги виробництва даної продукції, у тому числі серед господарств населення. В Україні за період 2010-2021 рр. обсяги виробництва яєць скоротилися на 17%.

Таблиця 1

Баланс яєць в Україні, 2010-2021 рр., тис. т

Показники	Роки							2021 до 2010 р., %
	2010	2015	2017	2018	2019	2020	2021	
Виробництво	985	969	896	932	963	934	813	87,0
Зміна запасів	9	-4	0	-2	5	-1	-3	300,0
Імпорт	7	11	7	4	5	4	4	100,0
Усього ресурсів	983	984	903	938	963	939	820	87,3
Експорт	75	126	155	186	198	192	97	50,5
Витрачено на корм та інкубацію	125	136	72	77	78	74	70	94,6
Втрати	16	21	6	4	4	3	3	100,0
Фонд споживання	767	694	670	671	683	670	650	97,0
на 1 особу, кг	16,7	16,2	15,8	15,9	16,3	16,1	15,7	97,5

Джерело: (Derzhavna Sluzhba Statystyky Ukrainy, 2021)

Найбільш помітний спад відбувся у 2021 р., коли обсяги скоротилися на 120 тис. т., що у відсотковому відношенні становило 13 %. Різкий спад виробництва

яєць пов'язаний із вагомими економічними чинниками, які суттєво вплинули на функціонування спеціалізованих крупних виробників.

Таблиця 2

Виробництво та споживання яєць у господарствах населення за областями України, 2020-2021 рр. млн. шт.

Області	Виробництво		2021 до 2020 р., %	Споживання		2021 до 2020 р., %
	2020 р.	2021 р.		2020 р.	2021 р.	
Вінницька	498,8	484,9	97,2	459,5	437,3	95,2
Волинська	174,2	170,2	97,7	293,4	294,5	100,4
Дніпропетровська	234,1	208,7	89,1	956,6	898,3	93,9
Донецька	281,6	271,8	96,5	1034,8	999,8	96,6
Житомирська	625,5	629,3	100,6	381,8	357	93,5
Закарпатська	394,2	376,7	95,6	351,8	342,7	97,4
Запорізька	153,1	143,9	94,0	461,2	432,7	93,8
Івано-Франківська	258	262,7	101,8	376,7	359,2	95,4
Київська	666,4	641,5	96,3	1429,6	1415,1	99,0
Кіровоградська	470,6	460,4	97,8	303	284,8	94,0
Луганська	51,5	54,5	105,8	462,3	483,3	104,5
Львівська	532	536,9	100,9	696,4	696,7	100,0
Миколаївська	125,9	122,3	97,1	295,9	283,7	95,9
Одеська	163,8	135,3	82,6	624,3	561,3	89,9
Полтавська	249,3	254,4	102,0	391,7	382,5	97,7
Рівненська	368,7	371,9	100,9	319,9	302,2	94,5
Сумська	235,9	198	83,9	291,7	285,8	98,0
Тернопільська	242,2	223,7	92,4	290,1	274,2	94,5
Харківська	356,2	356,1	100,0	719,7	715,5	99,4
Херсонська	169	161,9	95,8	260,7	258,9	99,3
Хмельницька	186,4	183,9	98,7	361	347,6	96,3
Черкаська	322,3	322,5	100,1	325,9	330,3	101,4
Чернівецька	255,8	255	99,7	252,3	246,5	97,7
Чернігівська	238,2	232	97,4	264,5	272,7	103,1
Україна	7253,7	7058,5	97,3	11604,8	11262,6	97,1

Джерело: складено на основі (Derzhavna Sluzhba Statystyky Ukrainy, 2021)

Важливим чинником спаду пропозиції яєць у 2021 р. стало підвищення вартості кормових компонентів зернової та зерно-бобової груп, а також кормів багатих на протеїн на основі яких складається раціон годівлі курей яєчних порід. На корми у птахівництві яєчного напрямку продуктивності припадало 80-90% виробничих витрат, відповідно зростання їх вартості спричинило суттєвий ріст собівартості яєць від підприємств.

Також у 2020-2021 рр., відбулося значне зростання вартості електроенергії для бізнесу, яке охопило і промислових виробників яєць. Для підтримки оптимального мікроклімату та роботи спеціалізованого обладнання, яке використовується при організації виробництва яєць у підприємствах є критична потреба у безперебійному електропостачанні витрати на енергоносії, які входять до собівартості продукції зросли у 2-2,5 рази. Загалом через зростання витрат на корми, електроенергію, паливно-мастильні матеріали собівартість виробництва курячих яєць в більшості крупних підприємств підвищилася на 50-60%. За підсумками 2021 р. на ринку виник диспаритет між ціною на яйця, яка практично не зростала та цінами на основні виробничі ресурси, які навпаки суттєво виросли. Відповідно, реалізація яєць із врахуванням додаткових логістичних витрат стала для багатьох підприємств збитковою, що спричинило скорочення поголів'я курей несучок та обсягів виробництва яєць у кінці 2021 р.

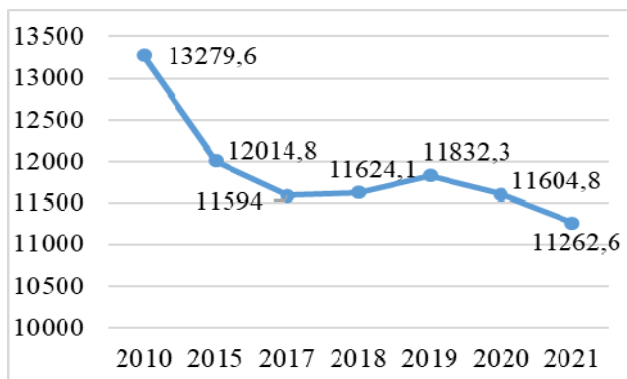


Рис. 1. Фонд споживання яєць в Україні за 2010–2021 рр., млн. шт.

Джерело: (Derzhavna Sluzhba Statystyky Ukrainy, 2021)

Україна за період 2015-2020 рр. щорічно експортувала 100-200 тис. т яєць здебільшого у країни Близького Сходу та Північної Африки. Загострення конкуренції на зазначених ринках також створювали передумови для зниження реалізаційних цін на продукцію, що додатково погіршувало економічну ефективність українських підприємств.

Крім того, періодичні спалахи пташиного грипу закривали для українських виробників зовнішні ринки, що збільшувало внутрішню пропозицію, і відповідно, призводило до зниження цін на яйця. (Sendetska, 2017).

Пропозиція яєць в Україні на 40-45% формувалася до 2021 р. домогосподарствами, які здійснюють вагомий сезонний вплив на внутрішній ринок особливо з

квітня до листопада. У зимовий період обсяги товарної продукції у господарствах населення скорочуються, що впливає на зниження пропозиції на ринку, а відтак призводить до сезонного росту цін на яйця. З 2021 р. враховуючи різке скорочення виробництва яєць у підприємствах, відносна частка у пропозиції господарств населення виросла до 50%. Ціни на яйця від господарств населення, які серед споживачів часто позиціонуються як органічний продукт, всередньому на 20-30% вищі за роздрібні ціни на яйця промислових виробників у торгових мережах.

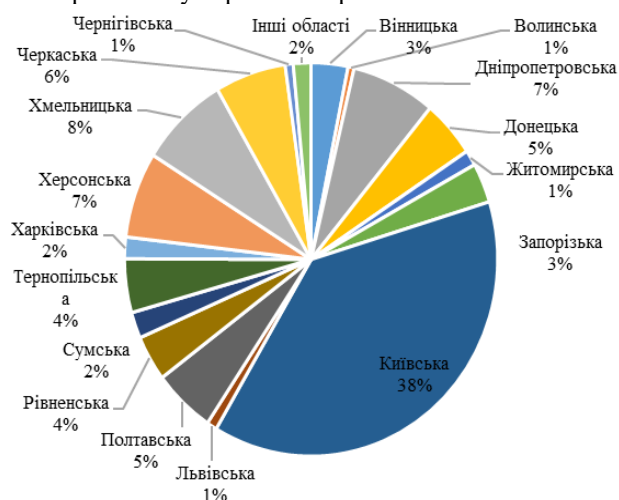


Рис. 2. Структура виробництва яєць у підприємствах за областями України, 2021 р., %

Джерело: (Derzhavna Sluzhba Statystyky Ukrainy, 2021)

За підсумками 2021 р. господарствами населення України вироблено понад 7 млрд. штук яєць, що на 2,7% менше ніж у попередньому році. Найбільші обсяги виробництва яєць від господарств населення сконцентровані в Київській, Житомирській та Львівській областях – понад 500 млн. штук на рік. Суттєве скорочення виробництва яєць на рівні 17-18% спостерігається у господарствах населення Сумської та Одеської областей.



Рис. 3. Структура виробництва яєць у господарствах населення за областями України, 2021 р., %

Джерело: (Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy, 2022)

Варто зазначити, що рівень споживання яєць найбільший у тих областях, де сконцентровані значні обсяги їх виробництва, зокрема у господарствах населення. Питома вага господарств населення та підприємств у виробництві яєць за областями України відповідно до статистичних даних 2021 р. показана на Рис. 4. Так, у Закарпатській області 99,8% вироблених яєць надходили від господарств населення при фактично відсутньому виробництві у сільськогосподарських підприємствах. Також абсолютна питома вага господарств населення у Кропивницькій, Одеській та Івано-Франківській областях – понад 95%. Місцеві ринки у зазначених областях наповнюються пропозицією яєць від промислових виробників з інших регіонів України, де більш поширене інтенсивне товарне виробництво.

У 2021 р. по відношенню до 2020 р. виробництво яєць у сільськогосподарських підприємствах скоротилося на 21%. Суттєве зменшення обсягів виробництва відбулося в Івано-Франківській області – у 23 рази, Кропивницькій – 14 раз, Одеській – 5,7 рази та Чернівецькій – 3,6 рази, що стало фактично згортанням промислового виробництва яєць через низьку економічну ефективність, чи збитковість їх виробництва. Однак, вагоме зростання обсягів виробництва яєць спостерігалось у підприємствах Львівської області – понад 30%, також незначне підвищення на рівні 7-12% відбулося у підприємствах Волинської, Житомирської, Рівненської та Чернігівської областей.

В Україні розміщення промислових потужностей виробництва яєць досить не рівномірне та не відповідає обсягу попиту на основній частині регіональних ринках. Так, близько 40% усіх яєць, що вироблені сільськогосподарськими підприємствами сконцентровані у Київській області, або 2,7 млрд. штук. Також промислове виробництво яєць концентрується у Хмельницькій Дніпропетровській та Херсонській облас-

тах, на які в сукупності припадає 22% обсягів виробництва.



Рис. 4. Питома вага господарств населення та підприємств у виробництві яєць за областями України, 2021 р., %

Джерело: (Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy, 2022)

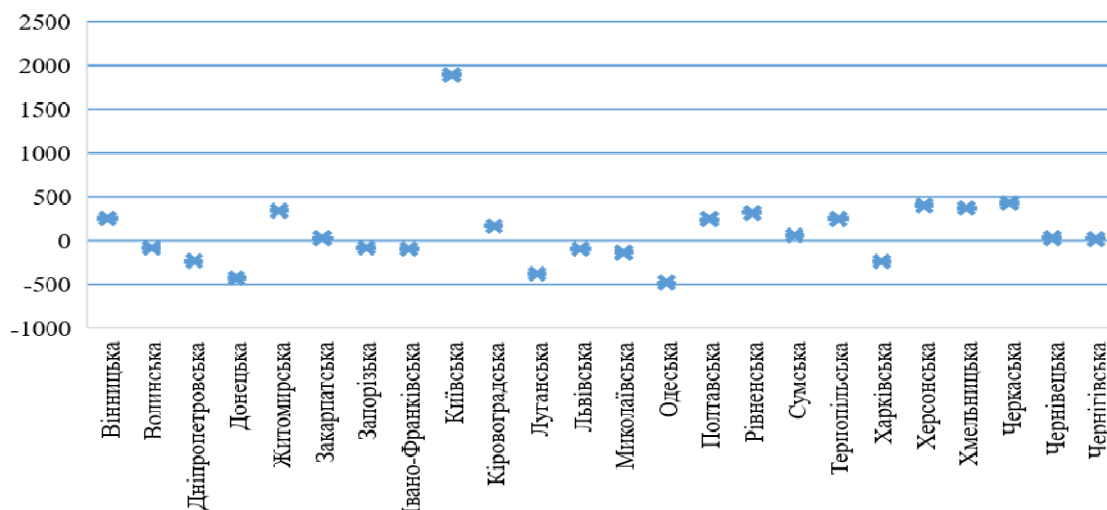


Рис. 5. Різниця між річним обсягом виробництва та фондом споживання яєць за областями України, 2021 р., млн. шт.

Джерело: (Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy, 2022)

З метою оцінки перспективності кожного з регіональних ринків яєць України доцільно розрахувати різницю між річним обсягом виробництва продукції та фондом споживання. Так, за даними 2021 р. Значна нестача пропозиції яєць від місцевих виробників спостерігалася у східних областях та на Одещині. З метою зниження логістичних витрат, які на 10-15% впливають на рівень роздрібною ціни яєць рціонально після завершення повномасштабної війни відновлювати та розвивати інтенсивне виробництво яєць у тих регіонах, де найбільш поширене низькотоварне чи натуральне виробництва у формі господарств населення, обсяги пропозиції від яких в перспективі продовжуватимуть зменшуватися.



Рис. 6. Виробництво яєць у сільськогосподарських підприємствах України, 2020-2021 рр., млн. шт.
Джерело: (Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy, 2022)

Одним із основних показників, які характеризують привабливість ринку є рівень попиту та насиченості, які пов'язані з фондом споживання на одну особу. Яйця відносяться до цінних та часто незамінних продуктів у раціоні населення та необхідні для виробництва багатьох видів кондитерських та хлібобулочних виробів. Як і більшість основних харчових продуктів характеризуються низьким коефіцієнтом цінової еластичності попиту, однак в умовах різкого падіння реал-

ьних доходів громадян та двозначного рівня інфляції, а також зростанням вартості основних матеріально-технічних ресурсів в агропродовольчому секторі економіки, ціни на яйця стрімко зростають, а обсяги їх споживання зменшуються. За таких негативних та складних умов важливим є розвиток дрібнотоварного виробництва яєць на базі господарств населення, особистих селянських господарств та сімейних ферм, оскільки наведені форми суспільного виробництва є найбільш гнучкими та пристосованими до різких та непередбачуваних змін ринкового середовища в умовах війни.



Рис. 7. Споживання яєць в Україні на 1 особу за рік, 2021 р., шт.

Джерело: (Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy, 2022)

У регіонах, які розташовані близько до активних бойових дій інтенсивне тваринництво, зокрема птахівництво яєчного напрямку зазнало значних матеріальних збитків, багато підприємств припинили функціонування, або суттєво скоротили обсяги виробництва через складність та ризиковість побудови логістичних зв'язків в процесі розподілу продукції. Деконцентрація виробництва у тваринництві у даних умовах є одним із варіантів мінімізації ризиків для бізнесу та гарантією збереження та відновлення продовольчої безпеки держави у майбутньому, оскільки зруйнувати потужний та дороговартісний тваринницький комплекс значно простіше ніж декілька десятків малих розміщених у різних частинах регіону в близькості до потенційних ринків продажу продукції з побудовою простих логістичних потоків на шляху від виробника продукції до споживача. Тому розвиток саме малих форм бізнесу в тваринництві, зокрема фермерських господарств на базі господарств населення чи особистих селянських господарств, повинен стати одним із пріоритетів державної фінансової підтримки агробізнесу на перспективу.

Функціонування малих сільськогосподарських підприємств, що спеціалізуються на виробництві продукції птахівництва, відповідає засадам зрівноваженого розвитку. Забезпечуючи створення додаткових робочих місць, такі підприємства позитивно впливають на соціально-економічний розвиток сільських територій (Yatsiv, 2021).

Висновки

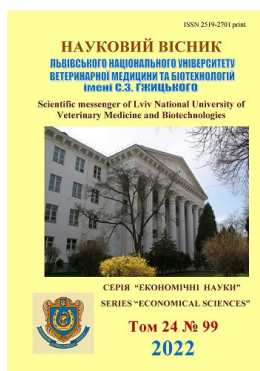
В Україні, за досліджуваний період, відбувся спад виробництва яєць через низку важливих соціально-економічних чинників. Найбільш значне скорочення обсягів виробництва яєць за підсумками 2020-2021 рр. спостерігається у сільськогосподарських підприємствах на рівні 21% через зниження економічної ефективності даного напрямку птахівництва, що обумовлено зростанням витрат на корми та енергоносії, на які припадає до 90% собівартості яєць. Також негативним чинником, який суттєво вплинув на зниження прибутковості виробництва яєць став диспаритет цін, який часто призводив до збитковості підприємств галузі. Спад виробництва яєць у господарствах населення за аналогічний період становив до 3% та спостерігається у більшості областей України, що значно нижче ніж у підприємствах. Проте скорочення обсягів виробництва домогосподарствами відбувається стабільно протягом досліджуваного періоду та є наслідком складних демографічних чинників, процесом урбанізації та відсутності економічного інтересу займатися агробізнесом, у тому числі виробництвом яєць, зокрема у молоді, яка проживає в сільських територіях України. З приходом повномасштабної війни птахівництво, як і більшість напрямів сільського господарства, зазнало іще більших негативних змін, які проявляються у втраті виробничого потенціалу, зростанні ризиків при фактичній відсутності фінансової підтримки та суттєвого погіршення інвестиційного забезпечення. Подальший розвиток яєчного птахівництва повинен активніше, на наш погляд, відбуватися на базі малих фермерських господарств, які є більш гнучкішими та пристосованими до змінних ринкових умов та негативних економічних чинників, які є наслідками війни. Також концентрація таких виробництв доцільна поблизу основних ринків реалізації продукції, особливо в тих регіонах України, де спостерігається значна різниця між фондом споживання та обсягом місцевого виробництва, з метою зниження логістичних витрат.

Перспективи подальших досліджень. Актуальними, на наш погляд, стануть дослідження економічної ефективності виробництва яєць в умовах фінансової

нестабільності, зниження інвестиційного забезпечення, підвищених виробничих та збутових ризиків для обґрунтування перспективних моделей та стратегій розвитку птахівництва яєчного напрямку в Україні.

References

- Derzhavna Sluzhba Statystyky Ukrainy. (2022). URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (in Ukrainian).
- Homeniuk, O. O., & Krulikovska, N. V. (2014). Suchasnyi stan ta perspektyvy rozvytku svitovoho ta ukra-inskoho rynkiv yaiets ta yaiechnykh produktiv. *Efektivna ekonomika*, 6, URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3127> (data zvernennia 15.09.2022) (in Ukrainian).
- Novikova, O. S. (2021). Rynky silhospproduktsii: stan ta perspektyvy vyrobnytstva kuriachykh yaiets v Ukraini ta sviti. *Modern Economics*, 28 (2021), 83–92. doi:10.31521/modecon.V28(2021)-12 (in Ukrainian).
- Polehenka, M. A. (2019). Analiz suchasnoho stanu vyrobnytstva produktsii ptakhivnytstva v Ukraini. *Ekonomika ta derzhava*, 3, 137–143. doi:10.32702/2306-6806.2019.3.137 (in Ukrainian).
- Ryabukha, G., Kazak, O., Tertychna, O., Shevchenko, L., & Ponomarchuk, A. (2022). Indicators of economic efficiency of growing dominant greenshell poultry. *Problems and prospects of economics and management*, 1(29), 68–76. URL: <http://ppeu.stu.cn.ua/article/view/265857/262689> (data zvernennia 15.09.2022).
- Sendetska, S. V. (2017). Doslidzhennia ukraïnskoho rynku yaiets ta yaitseproduktiv. *Naukovyi visnyk LNUVMB imeni S.Z. Gzhytskoho*, 19(81), 102–106. doi:10.15421/nvlvet8118 (in Ukrainian).
- Vinichenko, I. I., & Makhovskiy, D. V. (2015). Stan ta perspektyvy rozvytku ptakhivnychykh pidpryiemstv v Ukraini. *Ahrosvit*, 24, 3–6. URL: http://www.agrosvit.info/pdf/24_2015/2.pdf (data zvernennia 15.09.2022) (in Ukrainian).
- Yatsiv, S. F. (2021). Stan i perspektyvy rozvytku ptakhivnytstva u silskohospodarskykh pidpryiemstvakh Ukrainy. *Ahrosvit*, 16, 26–33. doi:10.32702/2306-6792.2021.16.26 (in Ukrainian).



Науковий вісник Львівського національного університету
ветеринарної медицини та біотехнологій імені С.З. Гжицького.
Серія: Економічні науки

Scientific Messenger of Lviv National University
of Veterinary Medicine and Biotechnologies.
Series: Economical Sciences

ISSN 2519–2701 print

<https://nvlvet.com.ua/index.php/economy>

doi: 10.32718/nvlvet-e9908

UDC 338.432:636.082(477)

Analysis of the state of development of breeding livestock in Ukraine

T. A. Velesyk, V. V. Moisiievych

Rivne State Humanities University, Rivne, Ukraine

Article info

Received 25.09.2022

Received in revised form

26.10.2022

Accepted 27.10.2022

Rivne State Humanities University,
Plastova, Str., 29-a., Rivne,
33028, Ukraine.
Tel.: + 38-098-419-82-05
E-mail: tanja-excite@ukr.net

Velesyk, T. A., & Moisiievych, V. V. (2022). Analysis of the state of development of breeding livestock in Ukraine. Scientific Messenger of Lviv National University of Veterinary Medicine and Biotechnologies. Series: Economical Sciences, 24(99), 45–51. doi: 10.32718/nvlvet-e9908

Breeding of agricultural animals in Ukraine is a complex system consisting of many stages. Successful selection work includes a whole set of very important measures. In the conditions of wartime, the issue of animal husbandry development, in the direction of tribal affairs, acquires special relevance and requires further research. Therefore, the aim of the work was to study aspects of the territorial distribution of breeding animals in Ukraine. Research has established that the share of agriculture in the country's GDP has a tendency to grow: from 12.26% in 2017 to 16.87% in 2021. This is due to the reduction in the rate of GDP growth and the increase in the rate of volume growth agricultural activity. Over the last 10 years, crop production prevailed (more than 70%), while livestock production occupied less than 30%, respectively. The largest share of animal husbandry was recorded in 2010 – 29.48%, and the smallest in 2019 – 20.89%. In 2020, there was an increase in live weight of farm animals, compared to 2019, but compared to 2015, there was a reduction of more than 12%. According to research, in 2020 there was an increase in live weight of farm animals, compared to 2019, but compared to 2015, there was a reduction of more than 12%. The organization of reproduction of the herd is of great national economic importance, since the acceleration of the intensification of animal husbandry depends on it. One of the main issues in the reproduction of animal husbandry is the systematic replacement of animals culled due to disease, old age or low productivity with younger and more productive animals, i.e. herd repair. In recent years, 6 regional selection centers and 64 inter-district own breeding enterprises, 1516 posts for artificial insemination of cows and heifers in the individual sector were created in Ukraine. In addition, based on the report of the Ministry of Agrarian Policy and Food of Ukraine, it was established that the genetically guaranteed level of productivity of animals of these breeds is: milk productivity in 305 days of lactation, 5200-6400 kilograms of milk, average daily gain of young meat breeds – 1200 grams, pigs – 790-980 grams, sheared wool in pure fiber – 4.5-5.3 kg, which is 3 times higher than the average indicators for Ukraine. Further research will be the next stage in the development of measures for the development of animal husbandry in the Rivne region and Ukraine in particular.

Key words: animal husbandry, breeding base, region, cattle, cow, pig, sheep, goat, poultry.

Аналіз стану розвитку племінного тваринництва в Україні

Т. А. Велесик, В. В. Мойсієвич

Рівненський державний гуманітарний університет, м. Рівне, Україна

Розведення сільськогосподарських тварин в Україні є складною системою, що складається з багатьох етапів. Успішна селекційна робота включає цілий комплекс дуже важливих заходів. В умовах воєнного часу, питання розвитку тваринництва, за напрямком племінної справи, набуває особливої актуальності та потребує подальшого дослідження. Тому, метою роботи стало вивчення аспектів територіального розподілу племінних тварин в Україні. Дослідженнями встановлено, що частка сільського господарства у ВВП країни має тенденцію до зростання: з 12,26% у 2017 р. до рівня 16,87% – у 2021 р. Це пов'язано водночас зі скороченням темпу приросту ВВП та збільшенням темпу приросту обсягу сільськогосподарської діяльності. За останні 10 років переважало рослинництво (понад 70%), тоді як тваринництво займало менше 30% відповідно. Найбільша частка тваринництва була

зафіксована в 2010 р – 29,48%, а найменша у 2019 р – 20,89%. У 2020 р. спостерігається приріст сільськогосподарських тварин в живій масі, порівняно з 2019 р., проте порівняно з 2015 р. відбулось понад 12% скорочення. Згідно досліджень, у 2020 р. спостерігається приріст сільськогосподарських тварин в живій масі, порівняно з 2019 р., проте порівняно з 2015 р. відбулось скорочення на понад 12%. Організація відтворення стада має велике народногосподарське значення, оскільки від цього залежить прискорення інтенсифікації тваринництва. Одним із головних питань у відтворенні тваринництва є систематична заміна тварин, вибракуваних через хворобу, старість або низьку продуктивність, більш молодими та продуктивнішими тваринами, тобто ремонт стада. За останні роки, в Україні було створено 6 обласних селекційних центрів та 64 міжрайонні власні племінні підприємства, 1516 постів зі штучного осіменіння корів і телиць в індивідуальному секторі. Крім того, на основі звіту Міністерства аграрної політики та продовольства України встановлено, що генетично гарантований рівень продуктивності тварин цих порід: молочна продуктивність за 305 днів лактації, 5200-6400 кілограм молока, середньодобовий приріст молодняка м'ясних порід – 1200 грам, свині – 790-980 грам, стриженна шерсть у чистому волокні – 4,5-5,3 кг, що у 3 рази вище за середні показники по Україні. Подальші дослідження будуть черговим етапом розробки заходів щодо розвитку тваринництва Рівненської області та України зокрема.

Ключові слова: тваринництво, племінна база, регіон, велика рогата худоба, корова, свиня, вівці, кози, птиця.

Вступ

Актуальність обраної теми дослідження полягає в тому, що сільське господарство, як галузь світового господарства, відіграє значну роль у житті людини. Його головна мета – задоволення потреб населення в продуктах харчування, а промисловості – в сировині. Сільське господарство займає виняткове місце в житті будь-якого суспільства, адже саме тут виробляється переважна більшість продуктів харчування, наявність яких є найпершою умовою життя людини. Сучасне сільське господарство і виробництво не можна уявити ізольованими, що розвиваються і функціонують поза національною економікою.

Продукти тваринництва становлять 40% світового сільськогосподарського виробництва та забезпечують засоби існування та продовольчу безпеку майже мільярду людей. Значне зростання доходів і міських районів на тлі загального зростання населення зумовлюють зростання попиту на м'ясо та інші продукти тваринного походження в багатьох країнах, що розвиваються. Ці зміни та швидкість, з якою вони були впроваджені, призвели до системних ризиків для засобів існування, здоров'я людей і тварин, а також для навколишнього середовища. Для того, щоб відповідати викликам і обмеженням 21-го століття, сектор тваринництва потребує відповідних інституцій, досліджень і розробок, просування та управління, які враховують різноманіття в цьому секторі та різноманітні вимоги до нього.

Розведення сільськогосподарських тварин в Україні є складною системою, що складається з багатьох етапів. Успішна селекційна робота включає цілий комплекс дуже важливих заходів. В умовах воєнного часу, питання розвитку тваринництва, за напрямком племінної справи, набуває особливої актуальності та потребує подальшого дослідження.

Проблемі дослідження аспектів тваринництва, а також племінних тварин присвячено праці таких дослідників: А. М. Шевченка (Shevchenko, 2020), Р. М. Сачука (Sachuk, 2020), О. В. Аніченкова (Anichenkova, 2009), О. І. Бібен, К. В. Бондаревська (Bondarevska, 2014), Ю. О. Волощук (Voloshchuk, 2019), А. М. Галайко (Halaike, 2019), І. В. Гончарук, І. І. Гуменюк, О. А. Дудзяк (Dudziak & Humeniuk, 2019), О. В. Жуков (Zhukov & Ponomarenko, 2017), О. М. Згурська (Zghurska & Somkina, 2020), Г. М. Калетник (Kaletnik & Honcharuk, 2020), А. М. Кацан, Т. А. Лисенко, С. В. Пономаренко, Т. В. Сьомкіна та

інші. Проте, аспект територіального розподілу племінних тварин в Україні досі вважається не розкритим.

Мета дослідження. Вивчення аспектів територіального розподілу племінних тварин в Україні.

Матеріали і методи досліджень

Робота виконана на базі кафедри екології, географії та туризму Рівненського державного гуманітарного університету. Для вивчення аспектів територіального розподілу племінних тварин використовувалися дані Державної Служби Статистики України за останні 12 років, а також Міністерства аграрної політики та продовольства України.

В роботі використано наступні методи дослідження:

- теоретичні: аналіз, синтез, систематизація, зіставлення, класифікація джерел інформації, що дозволило узагальнити та систематизувати погляди вчених на проблему, яка вивчається;
- методи математичної обробки результатів дослідження: обробка даних та графічна презентація результатів здійснювалась за допомогою функції SmartArt;
- метод узагальнення – застосовувався під час написання висновків та формування рекомендації.

Результати та їх обговорення

Важко переоцінити роль сільського господарства, яке забезпечує людей продуктами харчування, нестача яких призводить до голоду. Проблеми у сфері сільського господарства викликають соціальну напругу та нестабільність у суспільстві, тому його розвиток є контрольованим у всіх країнах. Як показники ролі сільського господарства у вітчизняній економіці, можна використовувати наступні:

- частка сільського господарства в структурі ВВП;
- інвестиції в сільське господарство;
- показники ефективності використання ресурсів;
- частка зайнятих у сільському господарстві в робочій силі;
- структура сільського господарства.

Хоча роль сільського господарства в житті людей зрозуміла, його роль в економічній сфері недостатньо визначена. Внутрішній валовий продукт є одним з ключових показників в економіці країни. Він показує загальну вартість товарів і послуг, які були зроблені в

країні за певний період часу. Основним показником ролі сільськогосподарської галузі є її частка у виробництві ВВП України. На основі опублікованих даних

НАБУ, згрупуємо показник станом на IV квартал досліджуваного періоду, рис.1.

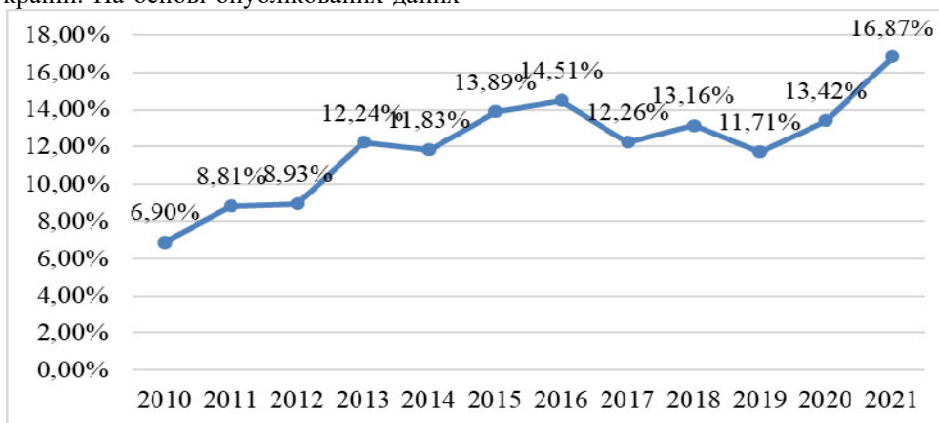


Рис. 1. Частка сільського господарства у ВВП України, %

Джерело: (Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy, 2022)

З рис. 1 видно, що частка сільського господарства у ВВП країни має тенденцію до зростання: з 12,26 % у 2017 р. до рівня 16,87 % у 2021 р. Це пов'язано водночас зі скороченням темпу приросту ВВП та збільшенням темпу приросту обсягу сільськогосподарської діяльності. Завданням тваринництва є розведення сільськогосподарських тварин для виробництва продукції. Їх продукція призначена для споживання лю-

диною (м'ясо, молоко та молочні продукти, яйця та ін.) та як сировина для харчової та легкої промисловості.

Для того, щоб зрозуміти основні тенденції зміни складу та структури валової продукції галузі, розглянемо цей показник і проаналізуємо, як змінилися обсяги виробництва в Україні (табл. 1).

Таблиця 1

Валова продукція сільського господарства України за 2010-2020 рр.

Роки	Всього, млн. грн	Продукція рослинництва		Продукція тваринництва	
		млн. грн	Частка в структурі, %	млн. грн	Частка в структурі, %
2010	467474,7	329646,3	70,52	137828,4	29,48
2011	561904,6	424371,8	75,52	137532,8	24,48
2012	539990,6	395765,4	73,29	144225,2	26,71
2013	613429,4	463558,5	75,57	149870,9	24,43
2014	626925,1	477747,4	76,20	149177,7	23,80
2015	596832,8	453016,9	75,90	143815,9	24,10
2016	634433,1	494461,9	77,94	139971,2	22,06
2017	620475,6	480157	77,39	140318,6	22,61
2018	671294	529347,5	78,85	141946,5	21,15
2019	680982,4	538705,6	79,11	142276,8	20,89
2020	612121,5	473377	77,33	138744,5	22,67

Джерело: (Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy, 2022)

Отже, згідно з даними, наведеними в табл. 1, динаміка, структура сільськогосподарської галузі не має суттєвих змін. За останні 10 років переважало рослинництво (понад 70%), тоді як тваринництво займало менше 30% відповідно. Найбільша частка тваринництва була зафіксована в 2010 р – 29,48%, а найменша у 2019 р – 20,89%.

Таким чином, узагальнюючи дослідження сутності сільського господарства та його структури в Україні, можна зробити висновок про те, що сільське господарство сприймається як комплекс технологічно та організаційно взаємопов'язаних галузей, що у сукупності утворюють збалансовану, цілісну та структурно завершену систему, функціонально-компонентна

структура якої підпорядкована сталому зростанню виробництва харчової продукції сільського господарства та тваринництва. На сьогодні в Україні дана галузь пропонує різноманітні робочі місця, вона виробляє продукти харчування та сировину. Крім того, сільське господарство сприяє продовольчій безпеці та зменшенню бідності. Розвиток сільського господарства швидко прогресує, чому сприяють досягнення науки і техніки. Сільське господарство не тільки саморозвивається, але й сприяє посиленню позиції України в світовій торгівлі та економіки в цілому.

Галузь тваринництва, незважаючи на деякі аспекти цінових та економічних проблем, продовжує відігравати важливу роль у розвитку вітчизняного аграрного

сектору та зберігає значну частку у загальному обсязі сільськогосподарського виробництва. Крім того, продукція цієї галузі є сировиною для молочної промисловості, а за рахунок експорту продукції з різним ступенем переробки вплив на економічні функції різноманітніший і будь-який перерозподіл приносить додану вартість. Розвиток сільськогосподарського

тваринництва в останні роки пройшов складний процес, який супроводжувався збільшенням концентрації тваринництва у великих господарствах і занепадом дрібних і середніх господарств. Про це можна стверджувати, аналізуючи показники стану тваринництва агропромислового комплексу, чисельність поголів'я худоби та птиці в різних групах, табл. 2.

Таблиця 2

Кількість сільськогосподарських тварин в усіх категоріях господарств України, тис. голів

Роки	Велика рогата худоба	у т.ч. корови	свині	вівці та кози	птиця
2011-2015	4248	2414,9	7460,4	1581,8	212488,6
2015	3750,3	2166,6	7079	1325,3	203986,2
2016	3682,3	2108,9	6669,1	1314,8	201668
2017	3530,8	2017,8	6109,9	1309,3	204830,1
2018	3332,9	1919,4	6025,3	1268,6	211654,5
2019	3092	1788,5	5727,4	1204,5	220485,9
2020	3275,3	1823,4	5965,6	1232,2	228668,4
Темп приросту 2020/2015 pp.	-12,67	-15,84	-15,73	-7,02	12,10

Джерело: (Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy, 2022)

Згідно з даними, наведеними в табл. 2, у 2020 р. спостерігається приріст сільськогосподарських тварин в живій масі, порівняно з 2019 р., проте порівняно з 2015 р. відбулось скорочення на понад 12%.

Відповідно до статистичних даних (Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy, 2022), жителі нашої країни щорічно споживають в середньому 40-45 кг м'яса. Для порівняння, в передових країнах Європи цей показник перевищує 65 кг. Це тому, що в цій сфері недостатня конкуренція, що дозволяє виробникам не знижувати ціну. Тому розведення великої рогатої худоби та птахівництва сьогодні є перспективними напрямками для розвитку бізнесу.

Виробництво молока останнім часом значно підвищило свою ефективність. Обсяг молока, отриманого від корови, продовжує збільшуватися. Це стало можливим завдяки грамотній селекційно-племінній роботі, збалансованому харчуванню. Споживання молочної продукції в Україні залишається на стабільно високому рівні, незважаючи на зміни рівня доходів і загальної економічної ситуації.

Найбільш активно розвивається сегмент тваринництва – птахівництво. Не в останню чергу це пов'язано з тим, що м'ясо птиці зараз користується підвищеним попитом через низьку платоспроможність населення. Слід зазначити, що цей діапазон багато в чому залежить від продуктивності вирощування зернових культур. Адже вони складають основу раціону годівлі птиці.

За показниками експорту, Україна досі входить до десятки найбільших експортерів курятини. В основному продукція птахівничого сегмента поставляється в країни ЄС. Також високим попитом користується яловичина, особливо з країн Близького Сходу, Африки та СНД.

Тваринництво досі вважається одним із найприбутковіших напрямків підприємницької діяльності. Тому що виробництво продуктів харчування ніколи не втрачає своєї актуальності. М'ясо, молоко, яйця – все це користується попитом незалежно від економічної

ситуації. Проте, окрім вирощування тварин з метою споживання, існує ще один напрямок діяльності за даною галуззю – розведення племінних тварин.

Гарантом продовольчої безпеки та стабільності народногосподарського комплексу України, дієвим важелем забезпечення його конкурентоспроможності на внутрішньому та зовнішньому ринках є подальший розвиток племінного підприємства, основною метою якого є виведення нових та покращення існуючих порід та видів сільськогосподарських тварин на основі відбору порід, оцінки племінної цінності, використання удосконалених методів селекції тощо.

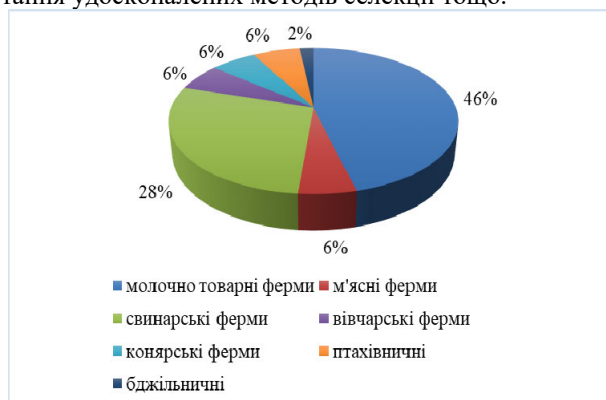


Рис. 2. Структура племінної бази України станом на кінець 2021 р., %

Джерело: (Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy, 2022)

За останні роки, в Україні було створено 6 обласних селекційних центрів та 64 міжрайонні власні племінні підприємства, 1516 постів зі штучного осіменіння корів і телиць в індивідуальному секторі. Майже двадцятирічна робота, пов'язана із зміною продуктивності великої рогатої худоби, переважно завершена. Від поєднання м'яса та молока до більш конкурентоспроможного спеціального молочного спрямування. Українська академія сільськогосподарських наук та Міністерство аграрної політики затвердили концептуальні положення розвитку нової галузі спеціалізова-

ного м'ясного скотарства, які вже реалізуються на практиці. Відобразимо на рис. 2 основу племінної бази України станом на кінець 2021 р. За останні роки вченими та практикуючими селекціонерами створено

нові високопродуктивні породи великої рогатої худоби. Структуруємо на рис. 3 кількісну базу порід вітчизняного виробництва.

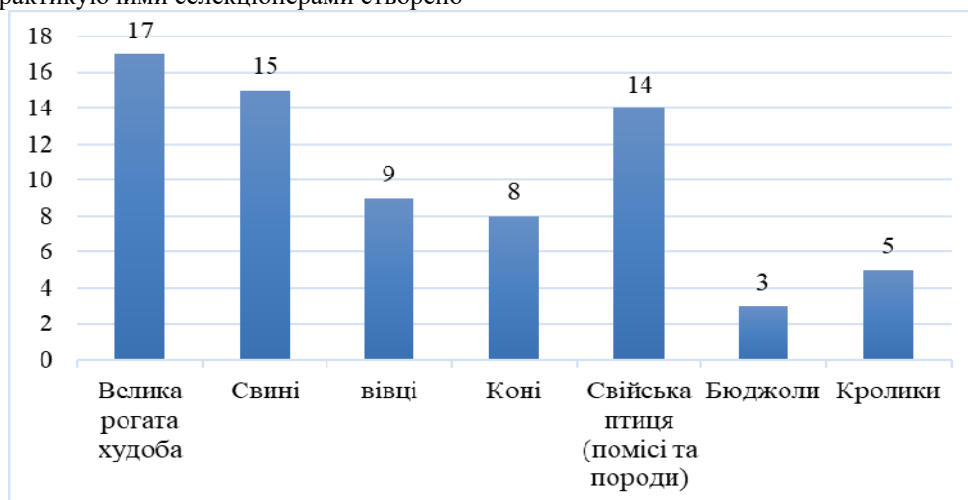


Рис. 3. Кількісна характеристика порід племінної справи в Україні станом на кінець 2021 р., од Джерело: (Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy, 2022)

Отже, у наведеній структурі на кінець досліджуваного періоду відображено ті породи, що виведені із врахуванням специфічних біологічних та господарських характеристик та здатністю розмножуватись у конкретних геокліматичних та екологічних умовах України. Наприклад, українська червоно-чорна плямиста молочна та українська, волинська, польська м'ясна, українська верхова та новоолександрійська обтяжені породи коней, українська та полтавська м'ясні породи свиней, асканська м'ясо-місцева вовна та гірничо-карпатська породи овець.

Як відображено у звіті Міністерства аграрної політики та продовольства України: «генетично гарантований рівень продуктивності тварин цих порід: молочна продуктивність за 305 днів лактації, 5200-6400 кілограм молока, середньодобовий приріст молодняка м'ясних порід 1200 грам, свині – 790-980 грам, стрижена шерсть у чистому волокні – 4,5-5,3 кг, що у 3 рази вище за середні показники по Україні» (Silske hospodarstvo Ukrainy, 2019). Незважаючи на це, використання високоселективних корів у певному діапазоні продуктивності призвело до різкого зниження вітчизняного стада, яке здебільшого не може конкурувати з класичним, але, за винятком вівчарства, характеризується особливо виключно цінними якостями, такими як висока стійкість до місцевих кліматичних умов, невибагливість по відношенню до кормів, конституційна міцність, багаторічне продуктивне використання, висока відтворювальна здатність, багатоплідність, передчасні пологи, високий вміст жиру та білка в молоці тощо. Отже, місцеві породи залишаються носіями цінних спадкових ознак та генних комплексів, без яких подальший селекційний процес був би одностороннім.

Крім того, на думку С. Ю. Рубан: «під загрозою повного зникнення в Україні знаходяться такі породи великої рогатої худоби, як сіра українська, білоголова українська, червона польська, лебединська та пінцагуська, а також сокільська порода овець» (Ruban,

2010). Локальними стали симентальська, бура карпатська та червона степова породи, гуцульські породи коней, каракульська, романівська, цигайська, прекоська, асканьєрська тонкорунна та гірничо-карпатська породи овець, миргородська, українська степова строката, велика вороняська та велика вороняча породи. Загальна кількість корів зникаючих порід коливається від 300 (українська сіра) до 10 000 (симентальська). Це критична популяція, скорочення якої унеможливає відновлення породи (Ruban, 2010).

Висновки

Частка сільського господарства у ВВП країни має тенденцію до зростання: з 12,26% у 2017 р. до рівня 16,87% у 2021р. Це пов'язано водночас зі скороченням темпу приросту ВВП та збільшенням темпу приросту обсягу сільськогосподарської діяльності. За останні 10 років переважало рослинництво (понад 70%), тоді як тваринництво займало менше 30% відповідно. Найбільша частка тваринництва була зафіксована в 2010 р – 29,48%, а найменша у 2019 р – 20,89%. У 2020 р. спостерігається приріст сільськогосподарських тварин в живій масі, порівняно з 2019 р., проте порівняно з 2015 р. відбулось понад 12,0% скорочення.

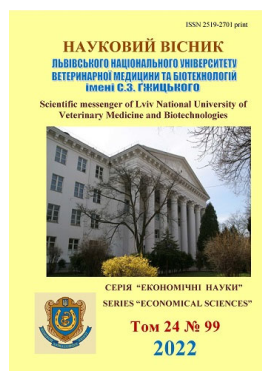
Перспективи подальших досліджень. Подальші дослідження будуть черговим етапом розробки заходів щодо розвитку тваринництва Рівненської області та України зокрема.

References

- Anichenkova, O. V. (2009). Investytsiina pryvabyvist haluzi svynarstva. URL: http://vlp.com.ua/files/02_52.pdf (data zvernennia 02.10.2022) (in Ukrainian).
- Babik, N. P., Fedorovych, Ye. I. (2010). Formuvannia miasnoi produktyvnosti u velykoi rohatoi khudoby.

- Korsun-Shevchenkivskiy: FOP Havryshenko V.M. (in Ukrainian).
- Bezhenar, I. M., Mamchur, V. A., Malik, L. M., Hermaniuk, N. V., & Demchenko, O. V. (2021). Teoriia sutnosti definititsii «silski terytorii». *Ekonomika APK*, 12, 45–54. doi:10.32317/2221-1055.202112045 (in Ukrainian).
- Bilenko, V. O., & Huba, A. Yu. (2017). Analiz ta prohnozuvannya stanu haluzi silskoho gospodarstva Ukrainy z urakhuvanniam kontseptsii staloho rozvytku. *Ekonomika ta derzhava*, 10, 86–89. URL: <http://www.economy.in.ua/?op=1&z=3888&i=17> (data zvernennia 02.10.2022) (in Ukrainian).
- Bondarevska, K. V. (2014). Tendentsii rozvytku ahrarynoho sektoru ekonomiky Ukrainy. *Ekonomika APK*, 11, 36–42. URL: <http://eapk.org.ua/contents/2014/11/36> (data zvernennia 02.10.2022) (in Ukrainian).
- Butko, M. P., Kolosha, V. P., Murashko, M. I., & Raszkazov, O. I. (2021). Instyutsionalni kryterii vplyvu suchasnykh ahroformuvan Ukrainy na riven rozvytku silskykh terytorii. *Ekonomika APK*, 12, 15–25. doi:10.32317/2221-1055.202112015 (in Ukrainian).
- Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy. (2021). URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/> (data zvernennia 02.10.2022) (in Ukrainian).
- Dudziak, O. A., & Humeniuk, I. I. (2019). Vplyv ahrokhodyniv na rozvytok silskykh terytorii. *Formuvannya rynkovykh vidnosyn v Ukraini*, 2, 100–105. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/frvu_2019_2_17 (data zvernennia 02.10.2022) (in Ukrainian).
- Halaiko, A. M. (2019). Otsinka vplyvu biudzhetnoi pidtrymky ahropromyslovoho kompleksu na finansovi pokaznyky diialnosti yoho subiektiv hospodariuvannya. *Ekonomika ta derzhava*, 9, 115–122. doi:10.32702/2306-6806.2019.9.115 (in Ukrainian).
- Informatsiinyi portal NABU. URL: <https://nabu.ua/ua/vvp-2.html> (data zvernennia 01.10.2022) (in Ukrainian).
- Kaletnik, H. M., & Honcharuk, I. V. (2020). Ekonomichni rozrakhunky potentsialu vyrobnytstva vidnovliualnoi bioenerhii u formuvanni enerhetychnoi nezalezhnosti ahropromyslovoho kompleksu. *Ekonomika APK*, 9, 6–16. doi:10.32317/2221-1055.202009006 (in Ukrainian).
- Kisil, M. I. (2021). Makroekonomichni investytsiinyi protses u silskomu gospodarstvi Ukrainy. *Ekonomika APK*, 9, 19–30. doi:10.32317/2221-1055.202109019 (in Ukrainian).
- Kotykova, O. I., Krylova, I. H., & Popeskul, A. P. (2018). Henderni aspekty rynku pratsi v Ukraini. *Hlobalni ta natsionalni problemy ekonomiky*, 22, 190–196. URL: <http://global-national.in.ua/archive/22-2018/38.pdf> (data zvernennia 01.10.2022) (in Ukrainian).
- Kuzyk, O. V. (2019). Innovatsiine seredovyshe komunikatsii u marketynhu ahropromyslovykh pidpriemstv Ukrainy. *Investytsii: praktyka ta dosvid*, 11, 20–25. doi:10.32702/2306-6814.2019.11.20 (in Ukrainian).
- Lopatynskiy, Yu. M., Kobelia, Z. I., & Halytskyi, A. E. (2021). Strukturno-funktsionalni zasady rozvytku pidpriemnytstva na silskykh terytoriiakh. *Ekonomika APK*, 12, 65–73. doi:10.32317/2221-1055.202112065 (in Ukrainian).
- Malik, M. Y., & Shvets, A. A. (2021). Rol pidpriemnytstva, kooperatsii ta ahropromyslovoi intehratsii u rozvytku silskykh terytorii. *Ekonomika APK*, 7, 50–62. doi:10.32317/2221-1055.202107050 (in Ukrainian).
- Masiuk, Yu. V., & Paziun, Yu. V. (2021). Finansova stratehiia pidvyshchennia efektyvnosti silskohospodarskoho pidpriemstva v rynkovykh umovakh. *Investytsii: praktyka ta dosvid*, 20, 48–51. doi:10.32702/2306-6814.2021.20.48 (in Ukrainian).
- Melnyk, S. I., Svytnous, I. V., Furman, I. V., Trofimova, H. V., & Starychenko, Ye. M. (2021). Investytsiina diialnist silskohospodarskykh pidpriemstv v umovakh transformatsiinykh protsesiv. *Ekonomika ta derzhava*, 11, 14–19. doi:10.32702/2306-6806.2021.11.14 (in Ukrainian).
- Melnyk, S. I., Svytnous, I. V., Shevchuk, H. V., Trofimova, H. V., & Zubchenko, V. V. (2021). Udoshkonalennia zakhodiv derzhavnoi pidtrymky investytsiinoi diialnosti silskohospodarskykh pidpriemstv v umovakh transformatsiinykh protsesiv. *Investytsii: praktyka ta dosvid*, 21, 10–16. doi:10.32702/2306-6814.2021.21.10 (in Ukrainian).
- Naumenko, A. O. (2019). Spetsyfika rozrobky ta vprovadzhennia mekhanizmiv derzhavnoho upravlinnia ahropromyslovym kompleksom. *Investytsii: praktyka ta dosvid*, 7, 126–129. doi:10.32702/2306-6814.2019.7.126 (in Ukrainian).
- Osetskiy, V. L., & Kulish, V. A. (2020). Innovatsiina industrializatsiia v ahropromyslovomu kompleksi Ukrainy. *Ekonomika APK*, 4, 54–65. doi:10.32317/2221-1055.202004054 (in Ukrainian).
- Ostapenko, S. O. (2021). Rol derzhavy u protsesi vidtvoрення potentsialu silskoho gospodarstva Ukrainy. *Ekonomika ta derzhava*, 11, 131–136. doi:10.32702/2306-6806.2021.11.131 (in Ukrainian).
- Ostashko, T. O. (2020). Silskohospodarskyi eksport Ukrainy v umovakh viiny i shliakhy yoho vidnovlennia. *Ekonomika Ukrainy*, 5, 26–37. doi:10.15407/economyukr.2022.05.026 (in Ukrainian).
- Prokopa, I. V. (2022). Silska skladova terytorialnykh hromad u konteksti yikh inkliuzyvnoho rozvytku. *Ekonomika i prohnozuvannya*, 1, 124–140. doi:10.15407/eip2022.01.124 (in Ukrainian).
- Ruban, S. Yu. (2010). Orhanizatsiia systemy selektsii v tvarynnytstvi Ukrainy z urakhuvanniam svitovoho dosvidu. *Visnyk ahrarynoi nauky Prychornomia*. 2(3(55)), 156–167. URL: <https://visnyk.mnau.edu.ua/statti/archive/n55v3r2010t2c1.pdf> (data zvernennia 02.10.2022) (in Ukrainian).
- Sabii, I. M. (2021). Vybir modeli ahrarynoho ustroiu Ukrainy yak osnovy vsebichnoho staloho silskoho rozvytku. *Ekonomika APK*, 9, 82–90. doi:10.32317/2221-1055.202109082 (in Ukrainian).
- Sachuk, R. M., Stravsky, Ya. S., Shevchenko, A. M., Katsaraba, O. A., & Zhigalyuk, S. V. (2020). Efficacy of udder hygiene products of “Forticept” line in the prevention of Subclinical mastitis in cows. *Journal for Veterinary Medicine, Biotechnology and Biosafety*, 6(1), 5–10. doi:10.36016/JVMBBS-2020-6-1-1.
- Shevchenko, A. M., Feshchenko, D. F., Zghozinska, O. A., Sachuk, R. M., Stravskiy, Ya. S., Chala, I. V. (2020). Problemy yakosti molochnoi syrovyny ta yikh

- podolannya shliakhom dopinh-protsedur iz preparatamy Forticept. *Naukovi horyzonty*, 23(9), 21-29. doi: 10.48077/scihor.23(9).2020.21-29 (in Ukrainian).
- Shevchenko, A., Feshchenko, D., Bakhur, T., Zghozinska, O., Yevstafieva, V., Sachuk, R., Stravskiy, Y., Antipov, A. & Melnychuk, V. (2020). Forticept® innovative products effectiveness for complex udder hygiene. *Veterinarski Arhiv*, 90(6), 565–574, doi:10.24099/vet.arhiv.0858.
- Shportiuk, N. L. (2019). Zarubizhnyi dosvid derzhavnoi pidtrymky ahropromyslovoho kompleksu. *Investytsii: praktyka ta dosvid*, 7, 130–133. doi:10.32702/2306-6814.2019.7.130 (in Ukrainian).
- Silske gospodarstvo Ukrainy 2019: statystychnyi zbirnyk. K.: Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy, 2021. 221. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2020/zb/05/zb_tvaryny_2020.pdf (data zvernennia 04.10.2022) (in Ukrainian).
- Spaskyi, H. V., & Shvets, A. A. (2019). Formuvannia ta rozvytok intehratsii ahropromyslovoho vyrobnytstva v umovakh yevrointehratsii. *Ekonomika APK*, 3, 97–107. doi:10.32317/2221-1055.201903097 (in Ukrainian).
- Tomchuk, O. V. (2019). Osoblyvosti otsiniuvannia liudskoho potentsialu terytorii z ahropromyslovoiu spetsializatsiieiu. *Upravlinnia ekonomikoju: teoriia ta praktyka: Zb. nauk. pr. K: IEP NANU*, 156–170. doi:10.37405/2221-1187.2019.156-170 (in Ukrainian).
- Tulchynska, S. O., & Kyrychenko, S. O. (2017). Doslidzhennia metodychnykh pidkhodiv otsinky rozvytku sotsialnoi infrastruktury v rehionakh. *Ekonomichniy visnyk NTUU Kyivskiy politekhnichnyi instytut*, 14, 67–74. doi:10.20535/2307-5651.14.2017.108739 (in Ukrainian).
- Voloshchuk, O. P., Havryliuk, M. M., Voloshchuk, I. S., & Hlyva, V. V. (2020). Sortovi osoblyvosti produktyvnosti y vtrat urozhainosti pshenytsi ozymoi zalezho vid vplyvu pohodnykh chynnykiv u Zakhidnomu Lisostepu. *Fizioloheia roslin i henetyka*, 52(4), 320–330. doi: 10.15407/frg2020.04.320 (in Ukrainian).
- Zakon Ukrainy «Pro pleminnu spravu u tvarynnytstvi» (VVR), 1994, № 2, st. 7 <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3691-12#Text> (data zvernennia 02.10.2022) (in Ukrainian).
- Zghurska, O. M., & Somkina, T. V. (2020). Struktura upravlinnia ahropromyslovymy pidpriemstvamy v umovakh rozvytku informatsiinykh tekhnolohii. *Ekonomika APK*, 10, 71–86. doi:10.32317/2221-1055.202010071 (in Ukrainian).
- Zherlitsyn, D. M., Skrypnyk, A. V., Klymenko, N. A., & Tuzhyk, K. L. (2021). Urozhainist abo prybutok: alternatyvy rozvytku natsionalnoho roslinnytstva. *Ekonomika APK*, 2, 15–25. doi:10.32317/2221-1055.202102015 (in Ukrainian).
- Zhukov, O. V., & Ponomarenko, S. V. (2017). Ahroekolohichna determinatsiia trendu vrozhaivosti zernovykh ta zernobobovykh kultur. *Visnyk Dnipropetrovskoho derzhavnogo ahrarnoekonomichnoho universytetu*, 4(46), 12–19. URL: https://www.researchgate.net/publication/322987841_AGROEKOLOGICNA_DETERMINACIA_TREND_U_VROZAJNOSTI_ZERNOVIH_TA_ZERNOBOB_OVIH_KULTUR (data zvernennia 02.10.2022) (in Ukrainian).
- Zhukov, O. V., & Ponomarenko, S. V. (2018). Prostorovo-chasova dynamika urozhainosti zernovykh ta zernobobovykh kultur u Poltavskii oblasti. *Visnyk Poltavskoi derzhavnoi ahrarnoi akademii*, 1, 55–62. doi: 10.31210/visnyk2018.01.08 (in Ukrainian).



**Науковий вісник Львівського національного університету
ветеринарної медицини та біотехнологій імені С.З. Гжицького.**

Серія: Економічні науки

**Scientific Messenger of Lviv National University
of Veterinary Medicine and Biotechnologies.**

Series: Economical Sciences

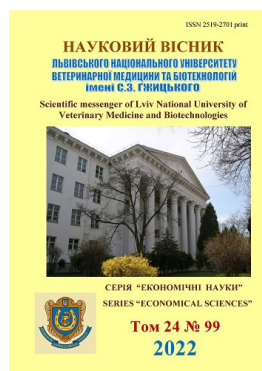
ISSN 2519-2701 print

<https://nvlvet.com.ua/index.php/economy>

doi: 10.32718/nvlvet-e99

Зміст

1.	Khomiuk N., Voichuk M., Bilous O., Dorosh-Kizym M. Marketing support of competitiveness of agricultural enterprises	3
2.	Вислободська Г., Бричка Б., Булик О. Зелений туризм як альтернативний напрямок диверсифікації діяльності виробників сільськогосподарської продукції	10
3.	Вовк М., Кіндрат О., Гримак О. Управління економічною конкуренцією в умовах COVID-19: європейські ініціативи та уроки для України	15
4.	Борщевський В., Чемерис В., Кулій В. Сільськогосподарська кооперація як феномен ринкової економіки: проблеми становлення та розвитку в умовах сучасної України	20
5.	Батюк Р. Особливості економічної оцінки розвитку експортного потенціалу аграрних підприємств	25
6.	Чемерис В., Максим В., Душка В., Кривішин А. Перспективи розвитку вівчарства та козівництва в Карпатському економічному районі України	31
7.	Максим В., Чемерис В., Душка В., Небоженко К. Основні тенденції розвитку птахівництва яєчного напрямку в Україні	38
8.	Велесик Т., Мойсієвич В. Аналіз стану розвитку племінного тваринництва в Україні	45



**Науковий вісник Львівського національного університету
ветеринарної медицини та біотехнологій імені С.З. Гжицького.**

Серія: Економічні науки

**Scientific Messenger of Lviv National University
of Veterinary Medicine and Biotechnologies.**

Series: Economical Sciences

ISSN 2519-2701 print

<https://nvlvet.com.ua/index.php/economy>

doi: 10.32718/nvlvet-e99

Content

1.	Khomiuk N., Voichuk M., Bilous O., Dorosh-Kizym M. Marketing support of competitiveness of agricultural enterprises	3
2.	Vyslobodska H., Brychka B., Bulyk O. Rural tourism as an alternative direction of activity diversification of agricultural products producers	10
3.	Vovk M., Kindrat O., Hrymak O. Management of economic competition in the context of COVID-19: European initiatives and lessons for Ukraine	15
4.	Borshchevskyi V., Chemerys V., Kulii V. Agricultural cooperation as a phenomenon of the market economy: problems of formation and development in the conditions of modern Ukraine	20
5.	Batyuk R. Peculiarities of the economic assessment of the development of the export potential of agricultural enterprises	25
6.	Chemerys V., Maksym V., Dushka V., Kryvishyn A. Prospects for the development of sheep and goat breeding in the Carpathian Economic Region of Ukraine	31
7.	Maksym V., Chemerys V., Dushka V., Nebozhenko K. The main trends in the development of egg poultry farming in Ukraine	38
8.	Velesyk T., Moisiievych V. Analysis of the state of development of breeding livestock in Ukraine	45

НАУКОВИЙ ВІСНИК
ЛЬВІВСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО УНІВЕРСИТЕТУ ВЕТЕРИНАРНОЇ
МЕДИЦИНИ ТА БІОТЕХНОЛОГІЙ
імені С.З. ГЖИЦЬКОГО
заснований у 1998 році

Scientific Messenger
of Lviv National University
of Veterinary Medicine and Biotechnologies

СЕРІЯ: ЕКОНОМІЧНІ НАУКИ
SERIES: ECONOMICAL SCIENCES

Том 24 № 99

Підписано до друку 20.12.2022. Формат 60x84/8
Гарн. Times New Roman. Папір офсетний № 1. Ум. друк. арк. 6,28
Наклад 35 прим. Зам. № 20/12.

Друк ФОП Корпан Б.І.
Львівська обл., Пустомитівський р-н., с Давидів, вул. Чорновола 18
Ел. пошта: bkorpan@ukr.net, тел. 093-480-6141
Код ДРФО 1948318017, Свідоцтво про державну реєстрацію
В02 № 635667 від 13.09.2007