

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЛЬВІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ ЗАОЧНОЇ ТА
ПІСЛЯДИПЛОМНОЇ ОСВІТИ
КАФЕДРА ЕКОНОМІКИ**

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

Освітній ступінь «Магістр»

на тему: **Стратегічні напрями підвищення конкурентоспроможності
продукції тваринництва сільськогосподарськими підприємствами
Львівської області**

Виконав: студент 2 курсу, групи ЕК-71з

Спеціальності 051 «Економіка»
(шифр і назва)

Дяченко Петро Валерійович

Керівник: Сиротюк Г. В., к.е.н., доцент
(Прізвище та ініціали)

Рецензент: Дадак О.О.
(Прізвище та ініціали)

ДУБЛЯНИ 2024

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЛЬВІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ ЗАОЧНОЇ ТА ПІСЛЯДИПЛОМНОЇ
ОСВІТИ
КАФЕДРА ЕКОНОМІКИ

Освітній ступінь Магістр
Спеціальність 051 «Економіка»

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувач кафедри
економіки

(підпис)
Черевко Г.В.
(прізвище, ім'я, по батькові)

«14» червня 2023 року

З А В Д А Н Н Я
на кваліфікаційну роботу студенту
Дяченку Петру Валерійовичу
(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи: Стратегічні напрями підвищення конкурентоспроможності продукції тваринництва сільськогосподарськими підприємствами Львівської області
керівник роботи: Сиротюк Г. В., к.е.н., доцент

(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

затверджені наказом ЛНУП від 17.02.2023 року № 33/к-с

2. Строк подання студентом роботи до «12» лютого 2024 року

3. Вихідні дані до роботи нормативно-законодавчі акти, літературні джерела, дані сільськогосподарських підприємств, статистична звітність.

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити)

Вступ

Розділ 1. Теоретичні основи конкурентоспроможності продукції тваринництва

1.1. Основи формування конкурентоспроможності продукції тваринництва

1.2. Фактори підвищення конкурентоспроможності продукції тваринництва

1.3. Методичні підходи щодо оцінювання конкурентоспроможності продукції

Розділ 2. Оцінка конкурентоспроможності продукції тваринництва в сільськогосподарських підприємствах

2.1. Аналіз рівня виробництва продукції тваринництва в сільськогосподарських підприємствах

2.2. Економічна ефективність та оцінка конкурентоспроможності продукції тваринництва

2.3. Розвиток виробництва органічної продукції тваринництва

Розділ 3. Шляхи підвищення конкурентоспроможності продукції тваринництва

3.1. Резерви підвищення конкурентоспроможності продукції тваринництва

3.2. Інноваційні напрями підвищення конкурентоспроможності продукції тваринництва

3.3. Напрями підвищення якості продукції тваринництва

Висновки

Список використаних джерел

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень): рисунки, таблиці, схеми

6. Дата видачі завдання «14» червня 2023 року

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів дипломного проекту (роботи)	Строк виконання етапів проекту (роботи)
1.	Отримання завдання. Вивчення рекомендованої літератури по темі КР. Написання аналітичного огляду. Вивчення об'єкту. Аналіз існуючого стану (складання програми; написання пояснювальної записки; підготовка картографічних матеріалів для КР).	червень-серпень 2023 р.
2.	Розробка перспективного рішення та його обґрунтування (написання перспективної частини; виготовлення планової основи для основного варіанту роботи).	вересень-жовтень 2023 р.
3.	Розробка та обґрунтування пропозицій щодо реалізації роботи. Написання економічної частини роботи; висновків і пропозицій з реалізації роботи; кінцеве редагування пояснювальної записки; оформлення кінцевого варіанту роботи та інших графічних матеріалів, які представляються до захисту в ЕК).	листопад-грудень 2023 р.
4.	Кінцеве оформлення кваліфікаційної роботи (здача пояснювальної записки керівнику КР; виправлення його зауважень; здача КР на рецензування; кінцеве оформлення ілюстративних матеріалів, таблиць).	січень 2024 р.
5.	Підготовка до захисту в ЕК. Пробний захист на випускній кафедрі (написання доповіді й погодження її з керівником КР; виправлення зауважень у графічній частині).	лютий 2024 р.

Студент

(підпис)

Дяченко П.В.

(прізвище та ініціали)

Керівник роботи

(підпис)

Сиротюк Г. В.

(прізвище та ініціали)

УДК: 631.11(477.83):005.332.4

Кваліфікаційна робота: 71 ст. текст. част., 21 рис., 8 табл., 54 літературних джерел.

Дяченко П. В. – Кваліфікаційна робота. Кафедра економіки. – Дубляни, Львівський НУП, 2024.

Досліджено теоретико-методичні засади конкурентоспроможності продукції тваринництва у сільськогосподарських підприємствах Львівської області. Розглянуто основи формування конкурентоспроможності продукції тваринництва, фактори конкурентоспроможності та методичні підходи до оцінки конкурентоспроможності продукції тваринництва. Здійснено аналіз виробничо-господарської діяльності та проаналізовано економічну ефективність виробництва продукції тваринництва у сільськогосподарських підприємствах Львівської області.

Обґрунтовано стратегічні засади сталого конкурентоспроможного розвитку сільськогосподарських підприємств, які забезпечують ефективне виробництво та реалізацію ними тваринницької продукції. Запропоновано інноваційні шляхи підвищення конкурентоспроможністю продукції тваринництва. Розроблено модель стратегічної конкурентоспроможності продукції тваринництва сільськогосподарських підприємств.

Ключові слова: конкурентоспроможність, сільськогосподарські підприємства, продукція тваринництва, конкурентні переваги, стратегія.

АНОТАЦІЯ

Розглянуто основи формування конкурентоспроможності продукції тваринництва, фактори конкурентоспроможності та методичні підходи до оцінки конкурентоспроможності продукції тваринництва. Здійснено аналіз виробничо-господарської діяльності та проаналізовано економічну ефективність виробництва продукції тваринництва у сільськогосподарських підприємствах Львівської області. Обґрунтовано стратегічні засади сталого конкурентоспроможного розвитку сільськогосподарських підприємств, які забезпечують ефективне виробництво та реалізацію ними тваринницької продукції. Запропоновано інноваційні шляхи підвищення конкурентоспроможності продукції тваринництва. Розроблено модель стратегічної конкурентоспроможності продукції тваринництва сільськогосподарських підприємств.

Ключові слова: конкурентоспроможність, сільськогосподарські підприємства, продукція тваринництва, конкурентні переваги, стратегія.

ANNOTATION

The basics of forming the competitiveness of livestock production, factors of competitiveness, and methodological approaches to assessing the competitiveness of livestock production have been considered. An analysis of the production and economic activities has been carried out, and the economic efficiency of livestock production in agricultural enterprises of the Lviv region has been analyzed. Strategic principles of sustainable competitive development of agricultural enterprises, ensuring effective production and marketing of livestock products, have been substantiated. Innovative ways to enhance the competitiveness of livestock production are proposed. A model of the strategic competitiveness of livestock production in agricultural enterprises has been developed.

Key words: competitiveness, agricultural enterprises, livestock production, competitive advantages, strategy.

ЗМІСТ

Вступ.....	7
Розділ 1. Теоретичні основи конкурентоспроможності продукції тваринництва.....	10
1.1. Основи формування конкурентоспроможності продукції тваринництва.....	10
1.2. Фактори підвищення конкурентоспроможності продукції тваринництва.....	14
1.3. Методичні підходи щодо оцінювання конкурентоспроможності продукції.....	18
Розділ 2. Оцінка конкурентоспроможності продукції тваринництва в сільськогосподарських підприємствах.....	23
2.1. Аналіз рівня виробництва продукції тваринництва в сільськогосподарських підприємствах	23
2.2. Економічна ефективність та оцінка конкурентоспроможності продукції тваринництва	28
2.2. Розвиток виробництва органічної продукції тваринництва.....	39
Розділ 3. Шляхи підвищення конкурентоспроможності продукції тваринництва.....	46
3.1. Резерви підвищення конкурентоспроможності продукції тваринництва.....	46
3.2. Інноваційні напрями підвищення конкурентоспроможності продукції тваринництва.....	49
3.3. Напрями підвищення якості продукції тваринництва.....	55
Висновки	61
Список використаних джерел.....	65

ВСТУП

Актуальність теми. Сільське господарство є ключовою складовою економіки країни. Підвищення конкурентоспроможності у сфері тваринництва може сприяти зростанню економічного потенціалу країни, забезпеченню робочих місць та покращенню життя селян.

Для підтримки конкурентоспроможності продукції тваринництва необхідно впроваджувати сучасні методи управління та технології виробництва, забезпечувати високу якість продукції, вдосконалювати систему контролю якості та безпеки харчових продуктів, а також ефективно впроваджувати інноваційні рішення для підвищення продуктивності тварин та оптимізації виробничих процесів. Крім того, у зв'язку зі зростаючою свідомістю споживачів щодо екологічних та етичних питань, розвиток сталого тваринництва, в тому числі органічного та екологічного виробництва, стає особливо важливим.

Застосування сучасних наукових досліджень і технологій у галузі генетики, харчування, управління ресурсами та іншими аспектами тваринництва також сприяє підвищенню конкурентоспроможності.

Проблеми підвищення конкурентоспроможності продукції відображено у працях багатьох учених: А. Маршалла, Е. Демінга, М. Портера, Ф. Котлера, Ф. Кросбіта, Р. Фатхутдинова, М. Кричевського, М. Заходим, І. Фурса, З. Борисенка, В. Діканя, В. Діденка, А. Дударя, С. Мочерного, І. Яціва та інших.

Проте, потребує більш комплексного підходу питання забезпечення конкурентоспроможності продукції тваринництва, де буде враховано сучасні тенденції споживання, екологічні вимоги та економічні обмеження.

Мета роботи. Узагальнення теоретичних основ та визначення потенційних шляхів підвищення конкурентоспроможності продукції тваринництва у сільськогосподарських підприємствах.

Досягти вказану мету можна через вирішення таких завдань:

- розкрити сутність конкурентоспроможності продукції тваринництва;
- визначити фактори підвищення конкурентоспроможності продукції тваринництва;
- розкрити методичні підходи до оцінки конкурентоспроможності продукції тваринництва;
- провести аналіз конкурентоспроможності продукції тваринництва сільськогосподарських підприємств;
- здійснити оцінку конкурентоспроможності продукції тваринництва;
- оцінити потенціал впровадження новітніх технологій у галузі тваринництва
- розробити стратегію підвищення конкурентоспроможності продукції тваринництва.

Об’єкт дослідження – процеси підвищення конкурентоспроможності продукції тваринництва сільськогосподарських підприємств Львівської області.

Предметом є теоретичні, методичні та практичні аспекти підвищення конкурентоспроможності продукції тваринництва.

Методи дослідження. При підготовці кваліфікаційної роботи використано наступні методи дослідження: монографічний, аналіз, синтез, дедукція та індукція (для аналізу сутності конкурентоспроможності продукції тваринництва, узагальнення її складових); економіко-математичний і статистичний (для визначення ефективності та конкурентоспроможності продукції тваринництва); графічний та порівняння (для характеристики сільськогосподарських підприємств, що спеціалізуються на продукції тваринництва); оцінки (для оцінювання конкурентоспроможності продукції тваринництва); SWOT-аналіз (для формування стратегії конкурентоспроможності); абстрактно-логічний (для формування висновків та рекомендацій).

Теоретичну та інформаційну базу дослідження складають праці науковців, нормативно-законодавчі акти з досліджуваної тематики, статистичні матеріали, звітність сільськогосподарських підприємств.

Наукова новизна отриманих результатів полягає у наступному:

- узагальнено сутність поняття «конкурентоспроможність продукції тваринництва»;

дістали подальшого розвитку:

- оцінка конкурентоспроможності продукції тваринництва;
- механізм підвищення якості продукції тваринництва.

Практичне значення результатів дослідження – вирішення проблем підвищення конкурентоспроможності продукції тваринництва. Запропоновані рекомендації та пропозиції можуть бути використанні сільськогосподарськими підприємствами Львівської області.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ ТВАРИННИЦТВА

1.1. Сутність і значення конкурентоспроможності продукції тваринництва

Конкурентоспроможність продукції являє собою комплексне та багатогранне поняття. Вона є відносною характеристикою, що оцінюється шляхом порівняння властивостей та характеристик продукції між підприємствами-конкурентами у межах однієї галузі.

Учені розглядають різні підходи до розуміння терміну «конкурентоспроможність продукції». Існують декілька способів класифікації їх тлумачень: за характеристиками та властивостями продукції, наявністю конкурентних переваг та рівнем задоволення попиту споживачів, за прибутковістю виробника (табл. 1.1).

Таблиця 1.1

Трактування поняття «конкурентоспроможність продукції» у працях науковців

№ з/п	Автор	Сутність поняття «конкурентоспроможність продукції»
1.	М. М. Ільчук, І. А. Коновал [1]	це результат реалізації виробничих, науково-технічних, економічних, організаційних, маркетингових та інших можливостей підприємства, регіону, галузі та країни в цілому
2.	С. Гаркавенко [2]	це здатність підприємства створювати, виробляти і продавати товари та послуги, цінові й нецінові якості яких привабливіші, ніж в аналогічній продукції конкурентів
3.	Д. Г. Легеза [3]	це сукупність технічних, технологічних та економічних параметрів продукції, які у певний час відповідають вимогам зовнішнього і внутрішнього ринку та задовольняють вимоги потенційних

		споживачів
4.	Л. Д. Павловська, С. О. Маковська [4]	це комплекс якісних та вартісних характеристик, які забезпечують здатність продукції відповідати санітарно-гігієнічним та екологічним вимогам, задовольняючи потреби споживачів та забезпечувати виробнику комерційний успіх
5.	О. Г. Янковий [5]	це ступінь її відповідності на певний момент вимогам цільових груп споживачів або обраного ринку за найважливішими характеристиками: технічними, економічними, екологічними тощо
6.	В. І. Гринь [6]	це здатність якісних та вартісних характеристик продукції відповідати вимогам конкурентного ринку та бути засобом повного задоволення потреб споживача, забезпечуючи при цьому високий рівень доходів його виробнику
7.	Б.С. Гузар, О.С. Цикалюк [7]	це сукупність внутрішніх та зовнішніх факторів, які охоплюють сферу виробництва і збуту продукції, стан ринкового середовища

Конкурентоспроможність у галузі тваринництва має особливе значення, оскільки вона визначає здатність підприємств конкурувати на ринку з іншими виробниками. Сутність конкурентоспроможності у галузі тваринництва полягає в досягненні оптимального балансу між виробництвом якісних та конкурентоспроможних продуктів, оптимізацією виробничих процесів, збереженням природних ресурсів і забезпеченням екологічно чистої продукції.

Значення конкурентоспроможності в галузі тваринництва включає такі аспекти:

1. Якість та безпека продукції: гарантія якості та безпеки харчових продуктів тваринництва є вирішальними для забезпечення довіри споживачів та відповідної репутації на ринку.

2. Ефективне використання ресурсів: ефективне використання землі, води та інших ресурсів є важливим аспектом у забезпеченні стійкості та конкурентоспроможності галузі тваринництва.

3. Інновації в технологіях вирощування: впровадження передових технологій у годівлі, утриманні та генетиці тварин дозволяє підвищити продуктивність, знизити витрати та покращити якість продукції.

4. Дотримання екологічних стандартів: врахування екологічних аспектів у виробництві та дотримання стандартів екологічної безпеки дозволяє зберегти навколишнє середовище та забезпечити сталий розвиток галузі тваринництва.

5. Маркетинг та реклама: ефективна маркетингова стратегія дозволяє залучати нових клієнтів та збільшувати продажі, підвищуючи популярність продукції.

Забезпечення конкурентоспроможності у сфері тваринництва вимагає системного аналізу ринкових тенденцій, інноваційних підходів до виробництва, а також дотримання вимог екологічної безпеки та якості продукції.

Узагальнивши трактування науковцями поняття «конкурентоспроможність продукції», запропонуємо власне бачення, яке полягає в наступному. Конкурентоспроможність продукції тваринництва – це здатність продукції конкурувати на ринку з аналогічною продукцією інших виробників, враховуючи цінову привабливість, високу якість, відповідність технічним стандартам, дотримання екологічних норм і вимог, а також задоволення естетичних потреб споживачів.

Конкурентоспроможна продукція повинна мати відповідні параметри, тобто кількісні характеристики, що враховують галузеву особливість. Основні параметри конкурентоспроможності продукції можна згрупувати в економічні, технічні та нормативні (рис. 1.1).



Рисунок 1.1 Основні параметри конкурентоспроможності продукції

Джерело: побудовано автором на основі [8, с.36]

Технічні характеристики продукції використовуються для оцінки її технічних і фізичних властивостей під час експлуатації. Естетичні характеристики відображають естетичну виразність продукції за її формою, композицією та оригінальністю. Ергономічні показники відображають відповідність продукції фізіологічним особливостям людини під час її використання або споживання. Параметри призначення описують сферу застосування продукції та визначають функції, які вона виконує, відображаючи корисний ефект її використання в певних умовах.

Категорії призначення поділяються на категорії технічної ефективності, класифікаційні та конструктивні. Класифікаційні категорії використовуються для оцінки продукції при виборі сфери її використання. Їх

значення дозволяє включити оцінюваний продукт, що пропонується на ринку, до групи подібних товарів [9, с. 105].

Економічні параметри враховують витрати, пов'язані з виробництвом продукції, її придбанням, обслуговуванням, гарантією та утилізацією. В одноразові витрати включаються вартість продукції, витрати на транспортування, налаштування та випробування. Поточні витрати охоплюють витрати на обслуговування, паливо, електроенергію, сировину, допоміжні матеріали, ремонт, запчастини тощо.

Серед нормативних параметрів важливими є параметри безпеки, патентної чистоти та екологічності. Вимоги до безпеки та екологічності продукції встановлені діючими національними та міжнародними стандартами, нормативно-законодавчими актами [9, с. 103].

1.2. Фактори підвищення конкурентоспроможності продукції тваринництва

Конкурентоспроможність будь-якої продукції, в тому числі й тваринництва, є результатом діяльності підприємства, а умови, які сприяють її забезпеченню називають факторами. Конкурентоспроможність продукції у галузі тваринництва залежить від різноманітних факторів, що включають технологічні, економічні, соціальні та екологічні аспекти. Основними факторами, які впливають на конкурентоспроможність продукції є наступні:

1. Ефективне використання технологій у виробництві: новітні методи годівлі, утримання та лікування тварин.

2. Якість кормів та води для тварин.

3. Генетичний потенціал тварин та їх продуктивність, тобто вибір і розведення тварин з найкращими генетичними характеристиками, що сприяють покращенню продуктивності та якості продукції.

4. Оптимізація харчування тварин, тобто забезпечення раціонального та збалансованого харчування тварин, що сприяє збільшенню їх продуктивності та покращенню здоров'я.

5. Екологічно чисте виробництво та дотримання екологічних стандартів.

6. Ефективне управління виробництвом та управління ризиками.

7. Доступність ресурсів, таких як земля, вода, корми та інші матеріали.

8. Цінова конкурентоспроможність продукції на ринку.

9. Інновації у галузі технологій виробництва та управління.

10. Відповідність стандартам безпеки харчових продуктів та ветеринарних норм.

Фактори, що впливають на конкурентоспроможність продукції тваринництва, за ступенем впливу поділяються на прямі і непрямі.

Так, фактори, які мають безпосередній вплив на конкурентоспроможність продукції тваринництва, вважаються прямими факторами, оскільки вони безпосередньо впливають на процес виробництва та якість продукції [10] (рис. 1.2).



Рисунок 1.2. Фактори прямого впливу на конкурентоспроможність продукції тваринництва

Проаналізуємо вплив кожного фактору:

- продуктивність тварин: висока продуктивність тварин є ключовим фактором у забезпеченні ефективного виробництва та забезпечення потреб споживачів;
- вартість виробництва: ефективність використання ресурсів, таких як корми, праця, обладнання, енергія та інші, визначає вартість виробництва та кінцеву ціну продукції;
- інновації у виробництві: впровадження новітніх технологій та інноваційних підходів у галузі тваринництва може допомогти збільшити продуктивність та покращити якість продукції;
- ціна продукції: цінова конкурентоспроможність є ключовим фактором успіху на ринку. адекватна цінова політика може забезпечити збільшення обсягів продажів та збільшення прибутку;
- якість продукції: якість молока, м'яса, яєць, шкіри та інших тваринницьких продуктів є важливою характеристикою, що впливає на конкурентоспроможність;
- відповідність стандартам: дотримання ветеринарних та санітарних норм, а також відповідність екологічним стандартам та стандартам безпеки харчових продуктів є важливими для доступу до ринків з високими вимогами;
- ефективність маркетингу та збуту: доступність продукції на ринку, рекламні кампанії, забезпечення якості обслуговування клієнтів та інші аспекти маркетингу можуть впливати на конкурентоспроможність продукції тваринництва.

Гузар Б.С. і Циканюк О.С. поділяють фактори конкурентоспроможності продукції за такими класифікаційними ознаками: за сферою впливу (технологічні, економічні та маркетингові); за середовищем

виникнення (внутрішні і зовнішні); за вартісною характеристикою (цінові і нецінові); за тривалістю періоду впливу (постійні і змінні); за характером впливу (основні та додаткові) [10, с. 277-279]:

Непрямі фактори включають більш широкий контекстовий вплив на галузь тваринництва, а саме: політичні обмеження, економічні умови, зміни в споживчих попитах, екологічні обмеження та багато іншого, що має вплив на загальний контекст виробництва і збуту (табл. 1.2).

Таблиця 1.2

Фактори непрямого впливу на конкурентоспроможність продукції
тваринництва

Фактори	Вплив фактора на конкурентоспроможність продукції
Регулююче середовище	Політичні, правові та регуляторні вимоги, такі як фітосанітарні та ветеринарні стандарти, митні обмеження та торговельні угоди, можуть впливати на доступ до ринків та виробництва продукції тваринництва.
Економічне середовище	Макроекономічні фактори, такі як рівень інфляції, обмеження кредитування, валютні коливання та інші економічні умови, можуть впливати на вартість виробництва та споживчу купівельну спроможність.
Соціокультурні та демографічні чинники	Соціальні та культурні тенденції споживання, настанови щодо харчування та етичні стандарти можуть впливати на попит на продукцію тваринництва.
Технологічний прогрес	Розвиток нових технологій в галузі тваринництва, таких як автоматизація процесів виробництва, генетичні вдосконалення тварин та біотехнології, може впливати на продуктивність та якість продукції.
Екологічні фактори	Вплив галузі тваринництва на довкілля, включаючи викиди парникових газів, забруднення водойм та ґрунтів, може впливати на сприйняття споживачами та регуляторні органи.
Геополітичні ризики	Геополітичні конфлікти, воєнні дії та інші ризики в регіоні можуть впливати на стабільність поставок сировини та експортно-імпортних операцій, що впливає на конкурентоспроможність галузі.

Сушарник Я.А. вважає, що найважливішими факторами конкурентоспроможності продукції є фактори економічного механізму: кредитування, ціноутворення, експорт продукції, фінансування, стимулювання попиту населення на продукцію тощо [11, с.94].

Крім того, варто врахувати фактори державного рівня управління, оскільки ефективне державне управління може сприяти створенню сприятливого середовища для розвитку галузі тваринництва та забезпечити необхідну підтримку для підприємств та фермерів.

Ефективне управління вищезгаданими факторами може підвищити конкурентоспроможність галузі тваринництва та сприяти її стійкому розвитку.

1.3. Методичні підходи щодо оцінювання конкурентоспроможності продукції

Конкуренція здійснює регулювання попиту та пропозиції на ринку, тобто є його регулюючим елементом. Виходячи з цього конкуренція – це процес ефективного використання підприємством конкурентних переваг, що сприяє досягненню мети у конкурентній боротьбі на певному ринку.

На конкурентному ринку використовуються такі методи боротьби як: чесні, нечесні, цінові, нецінові [12].

Чесні методи боротьби базуються на етичних принципах та дотриманні правил конкуренції. До них належать вдосконалення якості продукції, інновації, поліпшення обслуговування клієнтів, розробка ефективних маркетингових стратегій та встановлення сильного бренду.

Нечесні методи боротьби передбачають використання недобросовісних практик для здобуття переваги над конкурентами, таких як шпигунство, плагіат, дезінформація, порушення авторських прав, зловживання позицією на ринку тощо.

Цінові методи боротьби включають стратегії зниження цін, промоційні акції, бонусні програми, гнучкість ціноутворення, а також використання цінової дискримінації, щоб здобути перевагу над конкурентами.

Нецінові методи боротьби залежать від вдосконалення обслуговування клієнтів та розвитку лояльності до використання маркетингових комунікаційних стратегій, таких як реклама, створення бренду тощо.

Успішні підприємства, як правило, використовують комплексний підхід, комбінуючи чесні методи боротьби з ефективними неціновими та ціновими стратегіями, щоб забезпечити стабільну конкурентну позицію на ринку. Кожне підприємство для підвищення конкурентоспроможності розвиває свої конкурентні переваги. Науковці розглядають конкурентні переваги залежно від напрямів їх формування [13, с.610].

Таблиця 1.3

Напрями формування конкурентних переваг

Напрямок	Наслідок
економіка підприємства	Зниження собівартості, впровадження інновацій, підвищення продуктивності праці, підвищення рівня кваліфікації персоналу, покращення якості.
підприємництво	Умови виживання підприємства в конкурентному середовищі й джерело одержання максимального прибутку від провадження виробничо-господарської діяльності підприємства.
маркетинг	Правильне застосування комплексу маркетингу на підприємстві, зокрема, стратегій товарної і асортиментної політики, ціноутворення, політики розподілу і просування продукції.
менеджмент	Ефект від прийняття оптимальних управлінських рішень, використання ефективних методів стратегічного і тактичного планування, підвищення мотивації персоналу та контролю тощо.
логістика	Економія та ефективне використання матеріальних ресурсів.
фінансова діяльність	Забезпечення стабільного фінансового стану, фінансової стійкості та зростання власного капіталу підприємства, залучення інвестицій у проєкти.

Складено за даними [13]

Конкурентоспроможність є комплексною категорією і її особливістю є те, що вона може бути визначена лише до конкретного об'єкта. Іншими словами, оцінка конкурентоспроможності є фіксацією результатів конкурентної боротьби суб'єктів господарювання у вигляді конкурентних переваг над іншими суб'єктами господарювання.

Янковий О. доводить, що коли неможливо провести оцінку конкурентоспроможності статистичними методами, то потрібно використовувати прихований (латентний) аналіз підприємств. Науковець зауважує, що латентні ознаки проявляються у вигляді окремих показників, які показують різноманітні сторони економічних систем [14, с. 91].

Існує декілька методичних підходів до оцінки конкурентоспроможності продукції, які можна застосовувати залежно від виду діяльності, ринкових умов та інших факторів. Приділимо увагу деяким з них.

SWOT-аналіз – метод, який дозволяє ідентифікувати сильні та слабкі сторони продукції, а також можливості та загрози, що виникають на ринку. Це допомагає визначити позиціонування продукції в контексті конкурентного середовища.

Аналіз портфеля продуктів – метод, який вимагає класифікації продукції за рівнем прибутковості і швидкістю зростання на ринку, що допомагає керівництву приймати рішення щодо збільшення виробництва певного виду продукції.

Матриця БКГ є інструментом стратегічного аналізу, який дозволяє класифікувати продукцію за рівнем ринкової частки та темпами зростання ринку, що допомагає визначити стратегію розвитку для кожної одиниці продукції.

Аналіз конкурентів – метод, який дозволяє оцінити сильні та слабкі сторони конкурентів, їх стратегії і позиціонування на ринку. Це допомагає визначити конкурентні переваги продукції в порівнянні з іншими гравцями на ринку.

Аналіз вартості – це такий підхід, який передбачає оцінку вартості продукції для споживача порівняно з аналогічною продукцією конкурентів, що дозволяє визначити, наскільки продукція є привабливою для покупців.

Аналіз ринку, де проводиться вивчення споживчого попиту, тенденцій ринку, аналізу конкурентів та їхніх стратегій дозволяє отримати уявлення про конкурентоспроможність продукції.

Матриця конкурентних стратегій є таким підходом, що визначає основні стратегії, які можуть бути використані для підтримки конкурентоспроможності продукції, такі як лідерство за вартістю, диференціація тощо [15, 16].

Ці методи можна застосовувати окремо або в поєднанні між собою для більш точної оцінки конкурентоспроможності продукції.

Увагу також потрібно приділити методу конкурентних переваг М. Портера. Цей метод аналізує п'ять сил, що впливають на конкурентну ситуацію в галузі, зокрема потенційних конкурентів, постачальників, покупців, продуктів-замінників та конкурентів у галузі [17].

В галузі тваринництва можна виділити наступні п'ять сил конкуренції за методом М. Портера:

Загроза нових учасників на ринку. У галузі тваринництва важливим фактором є наявність бар'єрів для входження нових учасників на ринок, таких як початкові інвестиції в землю, обладнання, технології. Вплив цієї сили може визначатися шляхом аналізу складнощів для нових гравців і можливості вхідних бар'єрів.

Загроза заміни продуктів. Ця сила стосується можливості заміни тваринницьких продуктів іншими продуктами, такими як штучні альтернативи чи рослинні аналоги.

Переговорна сила постачальників. У галузі тваринництва переговорна сила постачальників може варіюватися в залежності від кількості та типу

постачальників кормів, ветеринарних послуг, обладнання та інших необхідних ресурсів.

Переговорна сила покупців. Покупці у галузі тваринництва можуть бути як окремими споживачами, так і великими гравцями, такими як роздрібні мережі або гіпермаркети. Вони можуть впливати на ціни та умови співпраці, зокрема стосовно якості продукції та соціально-екологічної відповідальності виробників.

Рівень інтенсивності конкуренції. У галузі тваринництва існує інтенсивна конкуренція між різними гравцями, такими як фермери, виробники кормів, фармацевтичні компанії та інші учасники ланцюга поставок. Ця сила визначається за допомогою аналізу кількості конкурентів, ступеня диференціації продукції та наявних бар'єрів для виходу з галузі.

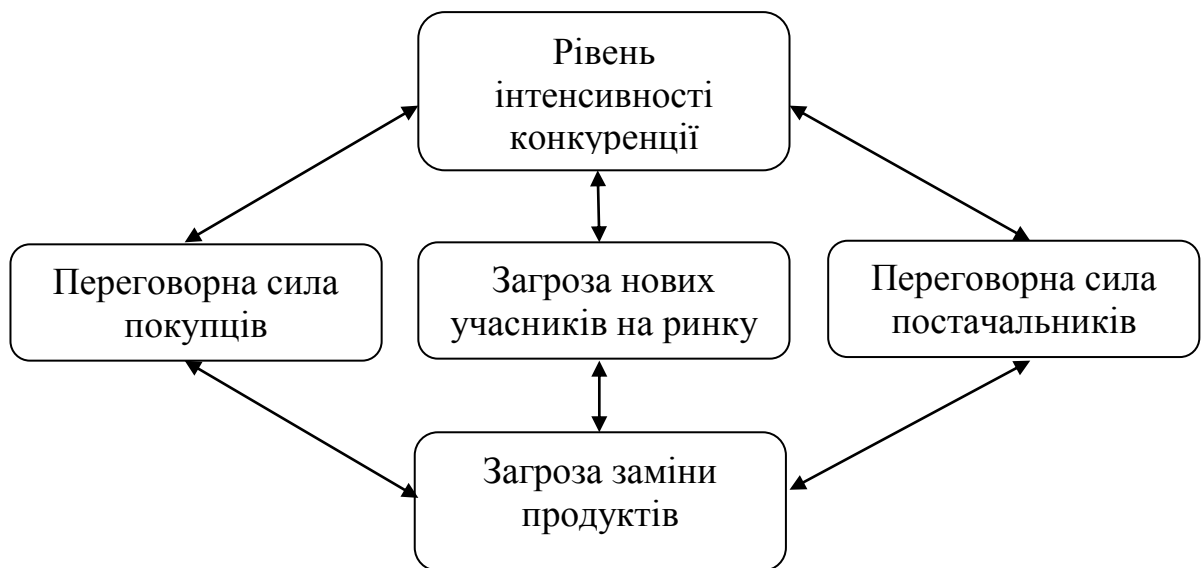


Рисунок 1. 3. Модель п'яти сил конкуренції за М. Портером
*Побудовано на основі [17].

Аналізуючи ці п'ять сил за методом М. Портера для галузі тваринництва, можна отримати більш глибоке розуміння конкурентної ситуації в цій галузі та визначити стратегії, які допоможуть забезпечити і зберегти конкурентні переваги.

РОЗДІЛ 2

ОЦІНКА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ ТВАРИННИЦТВА В СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

2.1. Аналіз рівня виробництва продукції тваринництва в сільськогосподарських підприємствах

На сьогоднішній день галузь тваринництва має значний вплив на світове господарство та харчову безпеку. Стан виробництва продукції тваринництва може варіюватися в залежності від різних факторів, включаючи економічні та соціокультурні умови, технологічні інновації, споживчі тенденції та глобальні виклики.

Кризовий стан галузі тваринництва спричинив зменшення продуктивності тваринницької продукції та збільшення її собівартості. Відбулося руйнування тваринницьких комплексів, особливо суттєво скоротилося поголів'я ВРХ, зокрема корів. Все це вплинуло на зменшення обсягу виробництва продукції тваринництва та зниження її рентабельності.

Львівська область серед інших областей України за результатами 2022 р. займає 2 місце за кількістю поголів'я свиней, 5 місце – за кількістю поголів'я птиці і 5 місце - за обсягом виробництва м'яса.

У Львівській області частка продукції тваринництва має спадну тенденцію в динаміці. Так, у 2015 р. вона становила 34,8 %, у 2020 р. – 29,4 %, у 2021 р. – 28,2 % та у 2022 р. - 26,6 %. До того ж, у 2022 р. порівняно з попереднім роком продукція тваринництва зменшилась на 2,7 %, а у сільськогосподарських підприємствах зросла на 7,8 %.

Аналізуємо індекс продукції тваринництва у господарствах населення та сільськогосподарських підприємствах спостерігаємо його поступове зростання у підприємствах та спадання у господарствах населення. У 2022 р. індекс продукції тваринництва у підприємствах становив 199,1 %, що на 80,4

пункти більше, чим у 2016 р. У господарствах населення індекс зменшився на 22,3 пункти і становив у 2022 р. 65,4 % (рис. 2.1).

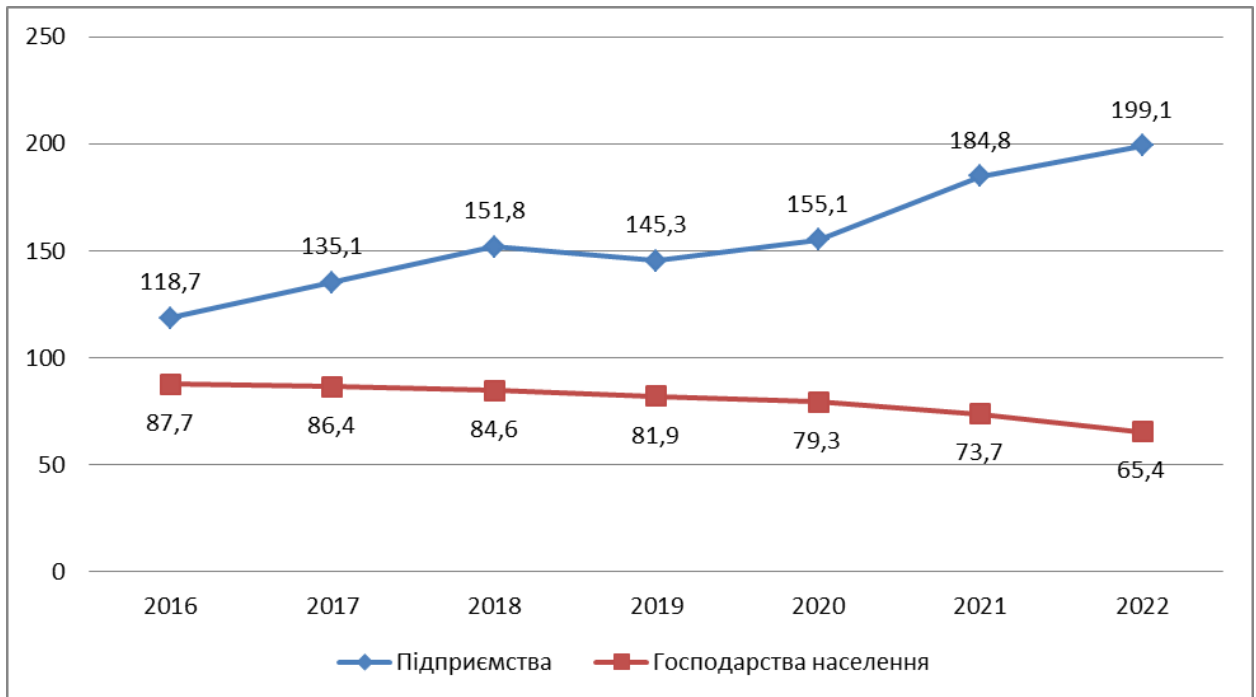


Рисунок 2.1. Індекс продукції тваринництва у господарствах Львівської області, %

*2010 рік=100%

**Побудовано за даними [18].

Варто зауважити, що в досліджуваному регіоні частка сільськогосподарських підприємств у виробництві продукції зростає, а господарств населення – зменшується. Так, якщо у 2015 р. вона становила 41 % то у 2022 р. – 55 %.

Аналізуючи поголів'я тварин та птиці в динаміці, можемо зауважити спадну тенденцію ВРХ та корів, тоді як поголів'я свиней, овець і кіз, а також птиці зростає. У 2022 р. найбільше зросло поголів'я свиней на 33,2 % проти 2016 р. і становило 464,4 тис. гол. Поголів'я ВРХ і корів скоротилося у 2 рази у 2022 р. проти 2016 р. (рис. 2.2).

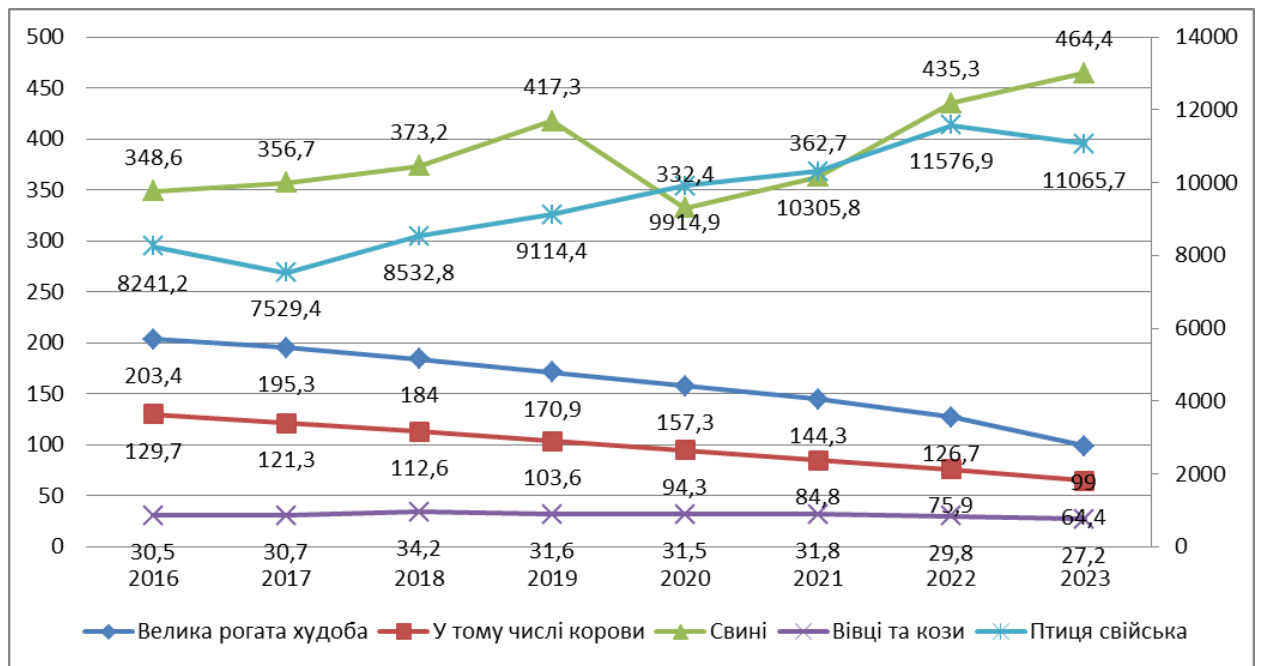


Рисунок 2.2. Динаміка наявності поголів'я тварин та птиці у Львівській області, тис. гол.

**Побудовано за даними [18].*

На початок 2023 року підприємствами утримується 77,6% від загальної кількості свиней, 48,5% – птиці свійської, 15,5% – великої рогатої худоби (у тому числі корів – 10,6%), овець та кіз – 19,9%.

У досліджуваному регіоні виробниками продукції скотарства є переважно господарства населення, в яких зосереджено 84,5 % поголів'я ВРХ та 89,4 % корів, тоді як у сільськогосподарських підприємствах – 15,5 % ВРХ та 10,6 % корів. У сільськогосподарських підприємствах утримується основна частина поголів'я свиней 77,6 %, овець і кіз – 19,9 % та птиці – 48,5 % . У 2022 р. в підприємствах зросло поголів'я тварин і птиці, а саме: ВРХ – на 3,5 %, корів – на 6,1 %; свиней – на 15,3 %; овець і кіз – на 15 %; птиці – на 1,6 % (табл. 2.1).

Таблиця 2.1

Динаміка кількості сільськогосподарських тварин та птиці у сільськогосподарських підприємствах Львівської області (на кінець року), тис. голів

Роки	Велика рогата худоба	у т.ч. корови	Свині	Вівці та кози	Птиця свійська
2015	20,1	7,8	196,7	4,7	2844,1
2016	19,3	7,3	214,0	4,8	2391,3
2017	18,2	7,0	211,2	5,1	3220,0
2018	17,6	7,3	263,2	4,6	3615,7
2019	16,7	7,3	193,1	5,1	4307,5
2020	16,2	6,9	231,9	6,0	4585,3
2021	14,8	6,4	312,7	4,7	5776,2
2022	15,3	6,8	360,4	5,4	5369,4

*Складено за даними [18].

У 2022 р. порівняно з попереднім зросли обсяги виробництва продукції тваринництва від 3 % до 10 %. Всього вироблено 202 тис. т м'яса в живій вазі, 388 тис. т молока, 602 млн. шт. яєць.

У сільськогосподарських підприємствах також зросли обсяги виробництва більшості видів продукції тваринництва. Тварини у живій вазі зросли на 84,6 % у 2022 р. порівняно з 2015 р., виробництво м'яса – на 64,3 %, виробництво молока – на 19,7 %, виробництво яєць – на 15,3 %. Щодо виробництва вовни та меду, то воно зменшилось у 2 та 2,6 рази відповідно за аналізований період (рис. 2.3).

Доцільно зауважити, що сільськогосподарські підприємства у 2022 р. збільшили обсяги виробництва порівняно з 2021 р. м'яса на 3,3 %, молока – на 5,1 % та яєць – на 10,4 %.

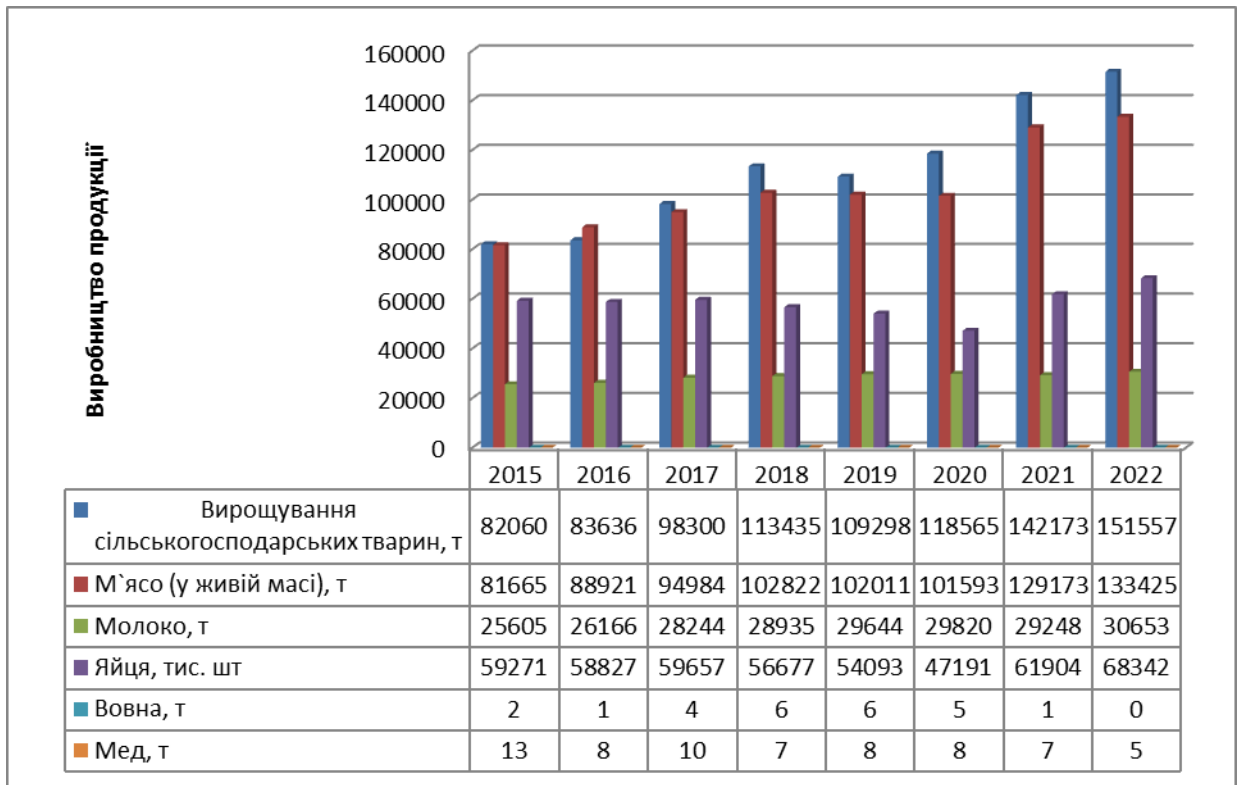


Рисунок 2.3 Виробництво продукції тваринництва у підприємствах (т)

*Побудовано за даними [18].

Аналіз вирощування сільськогосподарських тварин вказує на те, що найбільшими виробниками є Львівський та Стрийський райони, їх частка у загальному обсязі становить 32,8 % та 26,2 % відповідно. Якщо проаналізувати за обсягами вирощування ВРХ, то найбільшими виробниками є Червоноградський (28,9 %), Стрийський (19,3 %) і Золочівський (16,4 %) райони. Виробництво свинини зосереджено у Львівському (35,6 %), Золочівському (18,6 %) і Стрийському (16,1 %) районах. Виробництво птиці сконцентровано у Стрийському (31,9 %) та Львівському (31,7 %) районах (рис. 2.4).

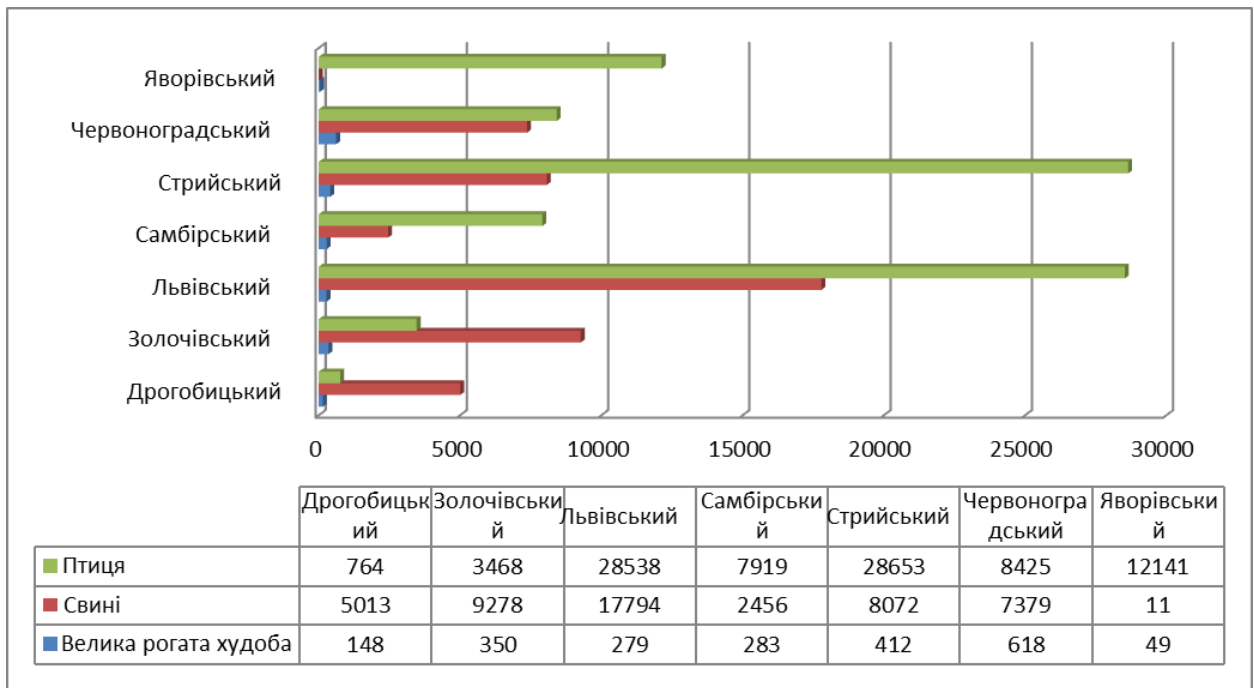


Рисунок 2.4. Вирощування тварин у підприємствах в розрізі районів Львівської області у 2021 році (у живій масі; т)

**Побудовано за даними [18].*

Отже, сільськогосподарські підприємства досліджуваного регіону показала позитивну тенденцію у виробництві продукції тваринництва.

2.2 Економічна ефективність та оцінка конкурентоспроможності продукції тваринництва

Важливою умовою розвитку сільськогосподарських підприємств у конкурентному середовищі є забезпечення ефективності діяльності. На економічну ефективність продукції в галузі тваринництва мають вплив:

1. Собівартість продукції, яка є одним з найважливіших показників економічної ефективності. Собівартість продукції формується під впливом економічних та організаційних умов виробництва. На формування даного показника має вплив цінова ситуація на виробничі запаси, організація виробництва на підприємстві тощо. Всі підприємства прагнуть знизити собівартість продукції і тим самим збільшити ефективність її виробництва.

Важливо оцінювати вартість виробництва одиниці продукції (наприклад, кг м'яса, літр молока). Зменшення собівартості може включати в себе оптимізацію витрат на корми, енергію, робочу силу та інші ресурси.

2. Продуктивність та виходи продукції тваринництва. Висока продуктивність та ефективне використання ресурсів призводять до збільшення виходу продукції на одиницю витрат.

3. Ринкова ціна продукції тваринництва. Ринкова ціна на продукцію та попит на ринку визначають, наскільки успішно підприємство може реалізувати свою продукцію та отримати прибуток.

4. Прибутковість підприємства. Висока прибутковість залежить від собівартості та ринкової ціни. Чим нижча собівартість продукції та вища ринкова ціна, тим більший прибуток буде мати підприємство.

5. Ефективність управління на підприємстві. Керівництво підприємства має велике значення для ефективності виробництва. Ефективне управління ресурсами, технічні інновації та адаптація до змін на ринку є ключовими факторами.

6. Витрати на робочу силу. Оптимізація витрат на робочу силу, включаючи навчання та мотивацію працівників, може вплинути на ефективність підприємства.

7. Інвестиції та модернізація. Інвестиції в сучасні технології, обладнання та інфраструктуру можуть покращити продуктивність продукції тваринництва та зменшити витрати.

Для досягнення економічної ефективності в тваринництві, господарства повинні постійно оцінювати та оптимізувати свою діяльність, враховуючи різні аспекти виробництва, ринкові умови та управління ресурсами.

В підвищенні ефективності виробництва та зменшенні собівартості продукції тваринництва важлива роль належить концентрації виробництва.

Проте, вона може мати як позитивні, так і негативні впливи на ефективність галузі (табл. 2.2).

Таблиця 2.2

Вплив концентрації виробництва на ефективність галузі тваринництва

Позитивні аспекти	Негативні аспекти
1. Економії масштабу. Великі підприємства можуть здійснювати економії масштабу, ефективніше використовувати ресурси і при цьому знижувати собівартість продукції.	1. Втрати різноманітності. Концентрація може привести до втрати різноманіття в тваринництві, що може стати причиною вразливості до певних ризиків, таких як захворювання чи економічні коливання.
2. Професіоналізм та спеціалізація Великі компанії можуть спеціалізуватися на виробництві певних видів продукції тваринництва, що дозволяє їм вдосконалено впроваджувати найновіші технології.	2. Вплив на місцеві громади. Закриття дрібних підприємств через концентрацію може мати великий вплив на місцеві громади та привести до втрати робочих місць.
3. Стандартизація та якість. Великі підприємства можуть легше впроваджувати стандартизовані процеси, що сприяє забезпеченню високої якості продукції.	3. Монополізація ринку. Зосередження виробництва може призвести до монополізації ринку, що може призвести до високих цін для споживачів та обмеження вибору.
4. Більший доступ до ринків. Великі підприємства можуть мати більший вплив на ринках, легше вести маркетинг і забезпечувати стабільний збут своєї продукції.	4. Екологічні проблеми. Великі ферми можуть впливати на навколишнє середовище, так як вони виробляють велику кількість відходів, таких як гній, сеча.

**Складено за даними [8-10].*

Оцінюючи вплив концентрації виробництва на ефективність галузі тваринництва варто зауважити, що у скотарстві, свинарстві та птахівництві концентрація виробництва відіграє важливу роль. Великі за розмірами ферми дозволяють ефективніше використовувати робочу силу, засоби виробництва, нову технологію тощо.

У Львівській області виробниками продукції свинарства є: ТЗОВ «Барком», ТЗОВ «Радехів Біо Ферм», ТЗОВ «Галичина-Захід», ТЗОВ «Лемберг-Агро», ФГ «Едем», ТЗОВ «Угринів Еко Ферм» та інші

Продукції птахівництва зосереджена на підприємствах: ТЗОВ «Агрофірма «Ватра», ПП «Гові», ТЗОВ «Самбірська птахофабрика», ТЗОВ «Агролайф Транссервіс» та інших.

Виробниками продукції скотарства є: Приватна Агрофірма «Білий Стік», ПП «Агрофірма «Лугове», ФГ «Пчани-Деньковичі», ФГ «Межиріччя», ФГ «Лелик» та інші.

Особливо роль відводить продуктивності тварин та птиці. На продуктивність тварин мають вплив різні фактори, які охоплюють аспекти годівлі, утримання, генетики, управління стадом та здоров'я тварин.

Одним із головних показників продуктивності корів є середньорічний надій молока від корови. Продуктивність корів у сільськогосподарських підприємствах Львівщини в розрізі районів коливається від 3222 кг у Яворівському районі до 7396 кг у Червоноградському районі. Найбільше обсяги виробництва молока у Львівській області у Червоноградському (28,9%), Золочівському (26,3 %) та Стрийському (17,3 %) районах (рис. 2.5).

Особлива увага має бути приділена витратам виробництва, якими називають витрати ресурсів на виробництво продукції, що виражена у грошовій формі [19, 20].

Витрати виробництва є поточного періоду і майбутнього періоду. Будь-яке підприємство прагне зменшити витрати, цього можна досягти завдяки вдосконаленні галузевої структури, економного використання ресурсів підприємства, покращення кормової бази, удосконалення системи годівлі, покращення селекційної роботи тощо [21, 22].

Класифікація витрат за статтями витрат наведена в Методичних рекомендаціях № 132 [23].

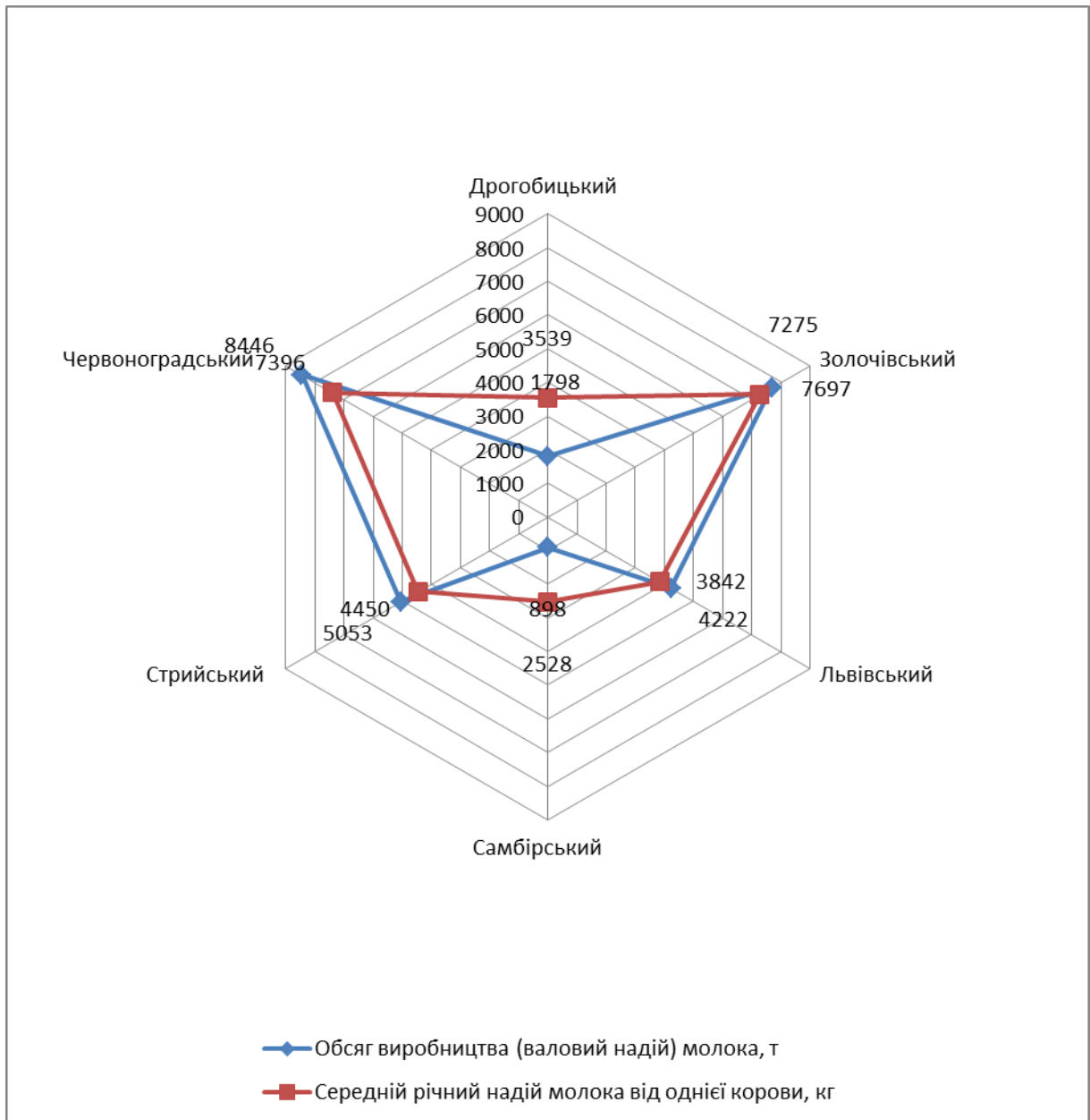


Рисунок 2.5 Виробництво молока у підприємствах в розрізі районів Львівської області

**Побудовано за даними [18].*

У структурі собівартості тваринницької продукції досліджуваних підприємств найбільша частка припадає на матеріальні витрати, а саме на корми, яким належить особлива роль у продуктивності тваринництва. Причому частка матеріальних витрат відрізняється залежно від виду продукції. Так, найвища частка у приросту свиней (85%), а найнижча у

молока (68%). Зазначимо, що у виробництві продукції свинарства досить мала частка припадає на оплату праці, що пов'язано з високою технологією виробництва даного виду продукції (рис. 2.6).

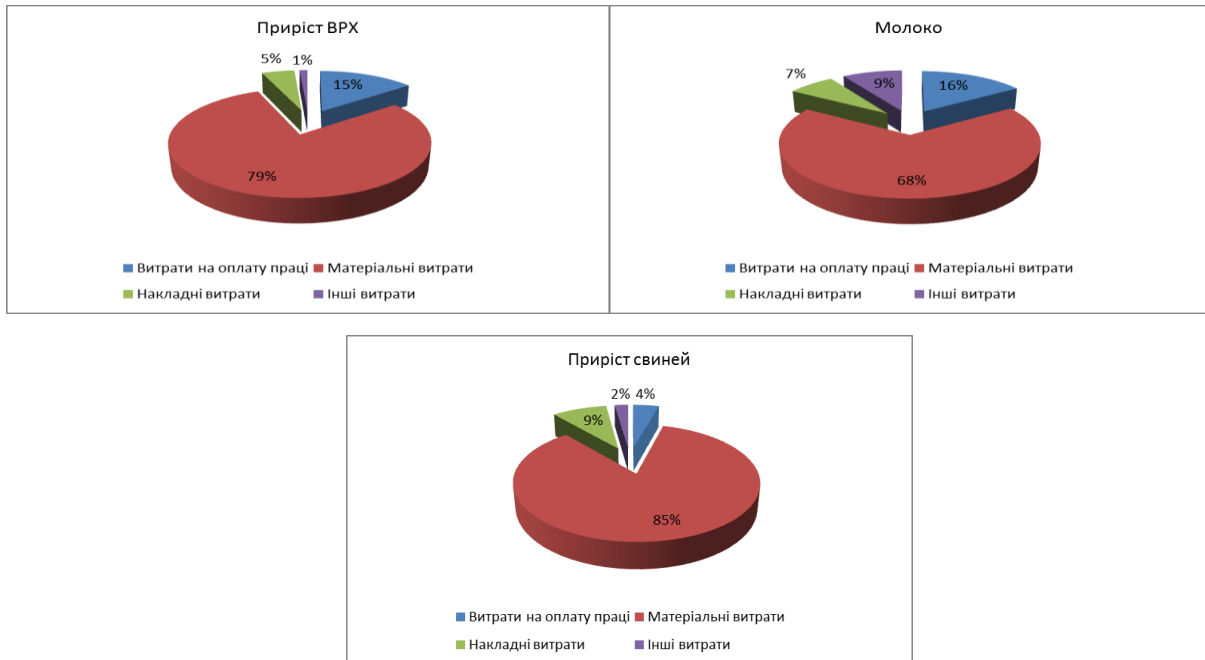


Рисунок 2.6. Структура витрат продукції тваринництва у підприємствах Львівської області, %

**Побудовано за даними [18].*

Реалізація продукції тваринництва сільськогосподарськими підприємствами є важливим аспектом їх діяльності. Цей процес включає в себе не лише продаж готової продукції, а й взаємодію з ринком, визначення цін, забезпечення якості та виконання різноманітних вимог законодавства, а саме:

- визначення попиту на тваринницьку продукцію, вивчення конкуренції та ринкових тенденцій;
- визначення цільових сегментів ринку та розробка стратегій спрямованих на ці сегменти;
- створення та управління брендом для підвищення конкурентоспроможності продукції;

- врахування витрат на виробництво, аналіз цін конкурентів, оцінка цінової чутливості ринку;
- впровадження промоційних заходів для стимулювання продажів у визначений період часу;
- визначення та виконання стандартів якості для гарантії безпеки та якості продукції;
- впровадження систем контролю якості на різних етапах виробництва;
- дотримання вимог щодо безпеки та якості продукції відповідно до законодавства.
- урахування вимог, пов'язаних із міжнародними торговельними угодами та обмеженнями;
- раціональне планування постачань для забезпечення продукції на ринку у визначений час;
- для деяких видів продукції, зокрема м'яса та молока, важливо дотримуватися оптимального температурного режиму під час транспортування;
- сприяння позитивній взаємодії з покупцями, вирішення їхніх питань та врахування відгуків;
- забезпечення споживачів інформацією про продукцію, її походження та харчові властивості.

Реалізація продукції тваринництва сільськогосподарськими підприємствами Львівщини характеризується позитивною динамікою лише щодо реалізації сільськогосподарських тварин (у живій масі), де у 2021 р. порівняно з 2015 р. зросла на 64 %. Реалізація молока, за досліджуваний період, зменшилась на 4,1 %, а яєць – на 23,2 %, проте реалізація яєць порівняно з попереднім роком зросла (рис. 2.7).

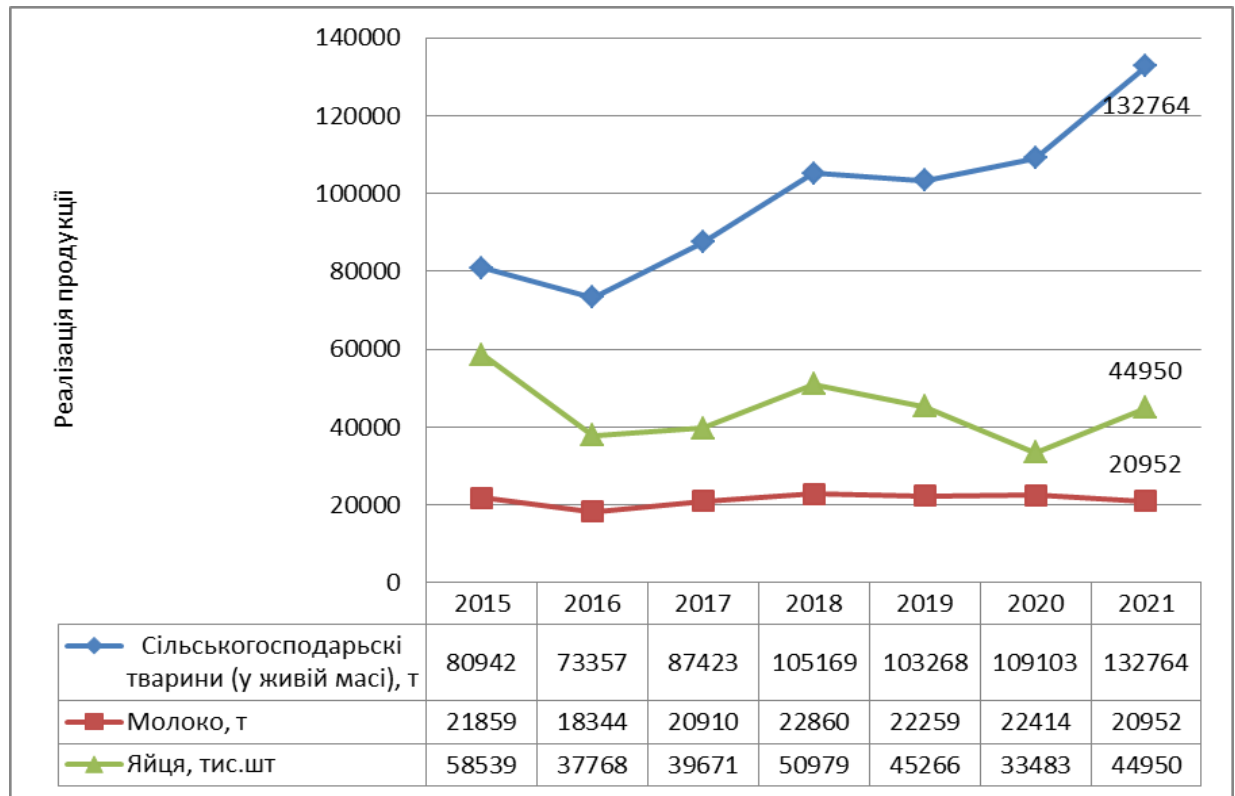


Рисунок 2.7. Динаміка реалізації продукції тваринництва підприємствами Львівської області

**Побудовано за даними [18].*

Важливо проаналізувати ринкову ціну на продукцію тваринництва, оскільки вона може впливати на доходи підприємств. Якщо ціна реалізації низька, то підприємства можуть стикатися з фінансовими труднощами, що може вплинути на їх здатність інвестувати у покращення умов утримання та технології виробництва.

Процес формування ціни на продукцію тваринництва пов'язаний зі смаковими властивостями продукту, з системою розподілу та політикою підприємства, сегментом ринку, нормами і нормативами, що регулюють якість тваринницької продукції. На сьогодні, для визначення ціни, метод «затрати + рентабельність», вже не актуальний. Сучасні підходи до ціноутворення залежать від цінової політики підприємства. Процес ціноутворення можна подати послідовністю таких дій (рис. 2.8).

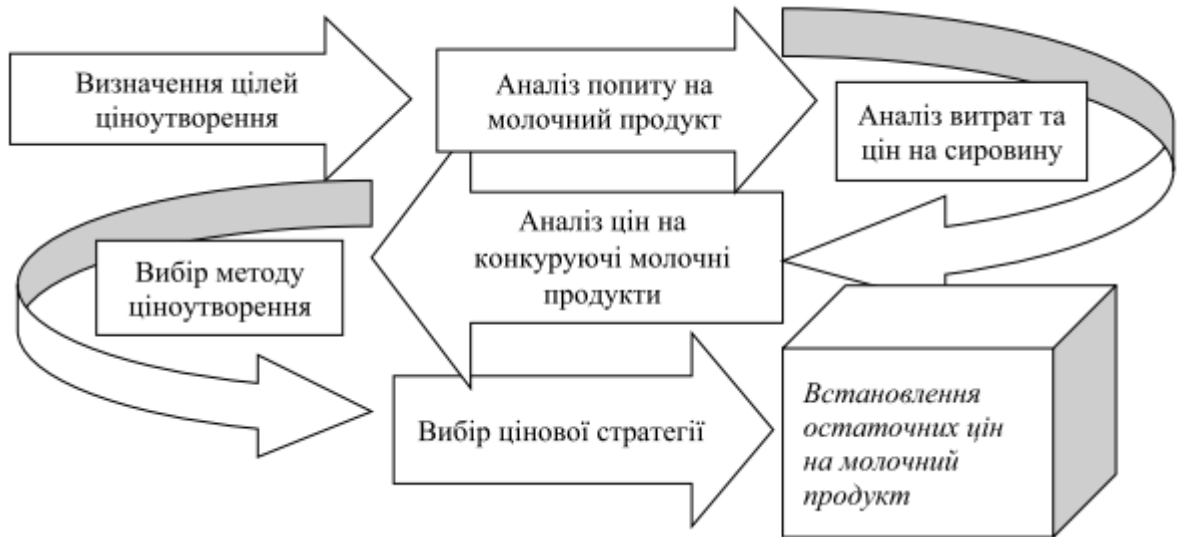


Рисунок 2.8. Процес ціноутворення на продукцію тваринництва.

Зміни цін на продукцію тваринництва також можуть визначати конкурентоспроможність її на ринку. Високі ціни на ринку можуть сприяти збільшенню прибутку підприємств, але низькі ціни можуть викликати тиск на прибутковість та ефективність виробництва (рис. 2.9).

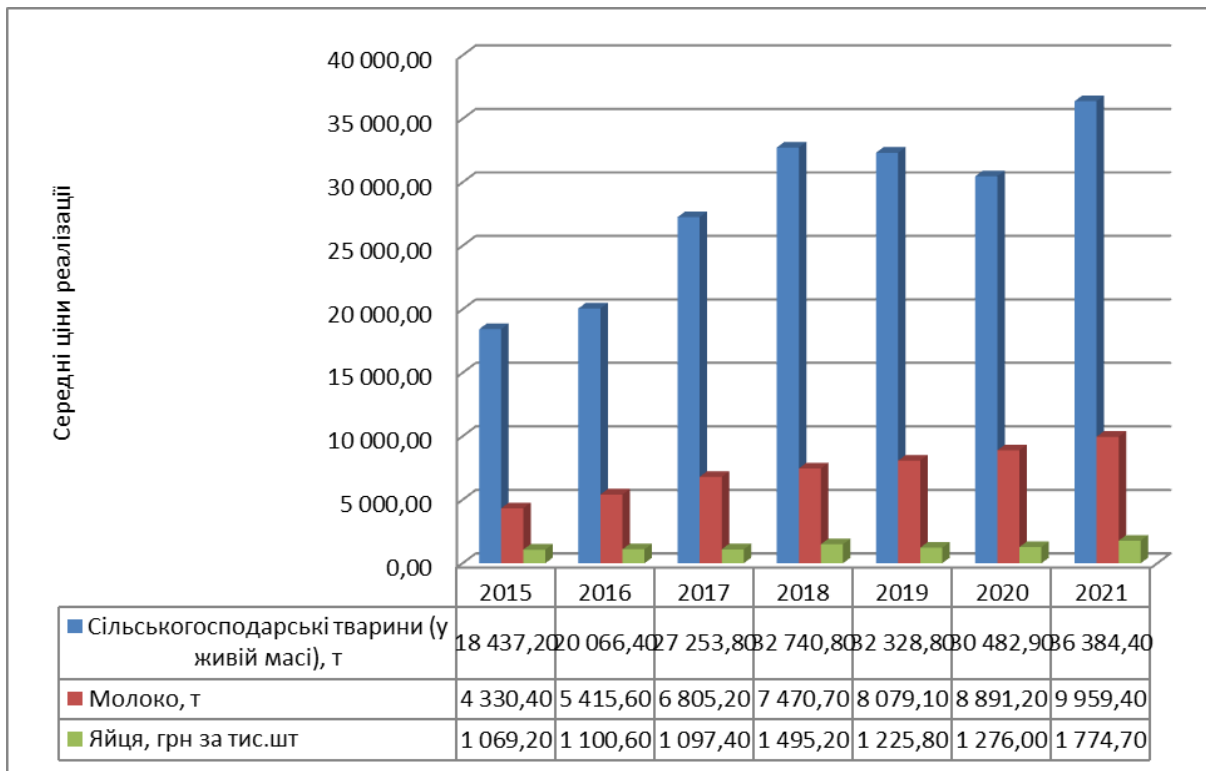


Рисунок 2.9. Середні ціни реалізації продукції тваринництва підприємствами Львівської області

*Побудовано за даними [18].

Ціни реалізації продукції тваринництва можуть визначати прибутковість та конкурентоспроможність галузі, впливаючи на витрати та доходи сільськогосподарських підприємств.

Важливим показником ефективності виробництва і важливим критерієм для оцінки тваринницької галузі є рівень рентабельності. Рентабельність визначає, як ефективно підприємство управляє витратами на виробництво та операційними витратами. Високий рівень рентабельності свідчить про ефективне використання ресурсів у галузі.

Досліджуючи рівень рентабельності продукції тваринництва у сільськогосподарських підприємствах Львівщини, варто зауважити, що збитковим є лише виробництво м'яса ВРХ, а решта продукція тваринництва є прибутковою. До того ж в останній досліджуваній рік спостерігаємо зростання рівня рентабельності за всіма видами продукції (рис. 2.10).

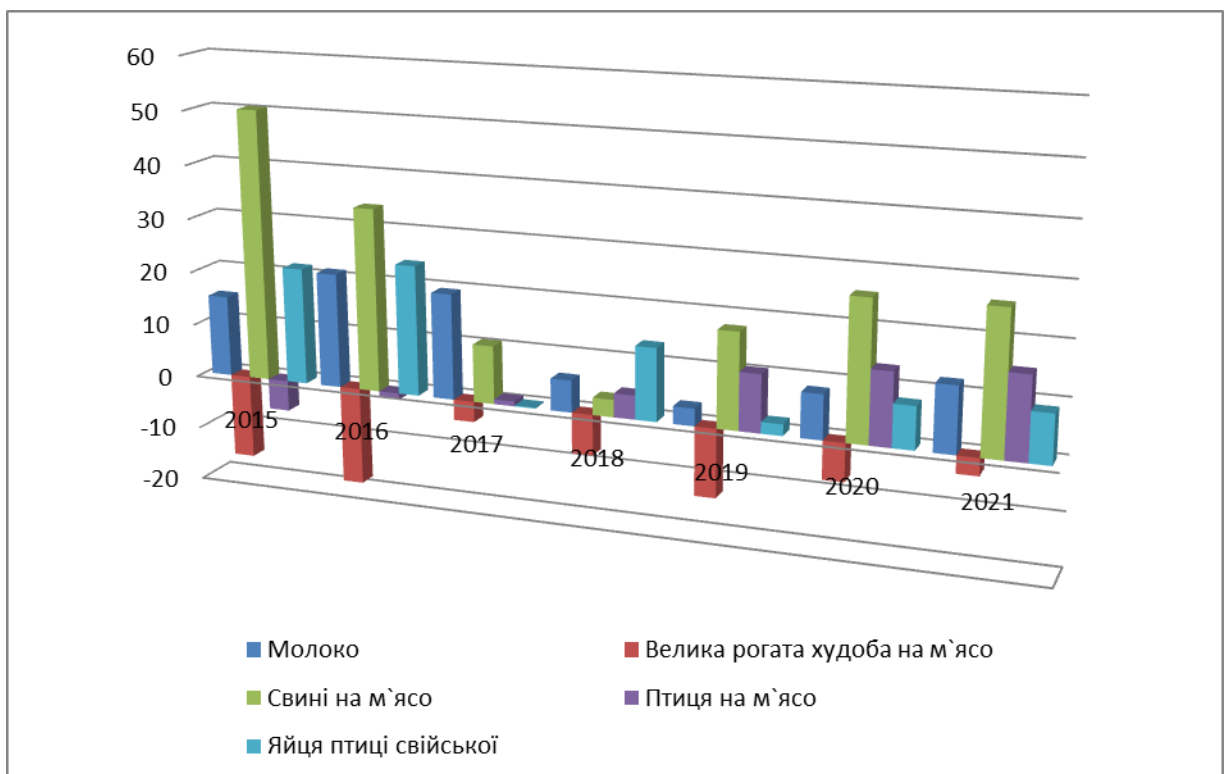


Рисунок 2.10. Динаміка рівня рентабельності продукції тваринництва у сільськогосподарських підприємствах

**Побудовано за даними [18].*

Споживання продукції тваринництва вказує на економічний стан сільськогосподарського сектору. Рівень споживання тваринницьких продуктів взаємодіє з попитом та пропозицією, що може впливати на ціни та економічну діяльність сільськогосподарських підприємств. Також рівень споживання тваринницької продукції відображає якість цих продуктів та впливає на здоров'я споживачів.

Аналіз споживання продукції тваринництва у Львівській області вказує на не значне зростання споживання м'ясних продуктів та не суттєве зменшення молока та яєць (рис. 2.11).

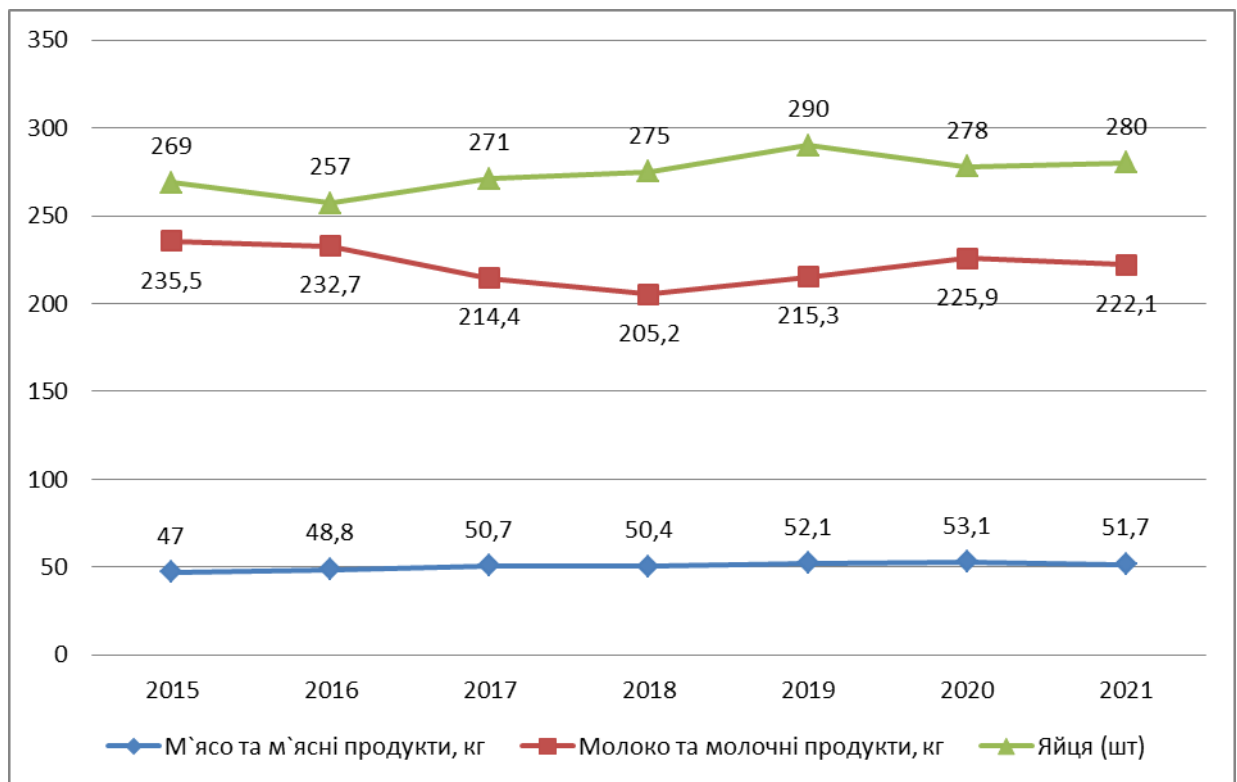


Рисунок 2.11. Динаміка споживання продукції тваринництва у Львівській області (на 1 особу за рік)

**Побудовано за даними [18].*

Найбільш дієвим методом підвищення ефективності галузі тваринництва є належна державна підтримка підприємств. Державна підтримка підприємств тваринницької галузі дозволить вирішити не тільки економічні проблеми в галузі, а й забезпечити їх ефективну діяльність в умовах сталого розвитку.

2.3 Розвиток виробництва органічної продукції тваринництва

З метою збереження навколишнього середовища, споживання якісної та безпечної продукції, підвищення конкурентоспроможності сільськогосподарського виробництва та забезпечення продовольчої безпеки виникає доцільність переходу сільськогосподарських підприємств на виробництво органічної продукції. Таке виробництво має позитивний вплив на здоров'я людей, які зайняті її виробництвом (застосовуються менш шкідливі засоби захисту тварин) і які споживають таку продукцію.

Для виробництва органічної продукції має бути створена належна нормативно-законодавча база, якої повинні дотримуватися виробники органічної продукції.

Основні вимоги до виробництва органічної продукції в Україні зазначено у Постанові Кабінету Міністрів України №970 від 23.11.2019 р. Даний документ визначає порядок роботи ринку органічної продукції [25].

Документом № 2496-VIII в новій редакції від 26.05.2022 р. викладено особливості регулювання ринку органічної продукції в Україні та основи стандартизації виробництва органічних продуктів. Крім того, даним законодавчим актом встановлено обов'язки операторів ринку щодо виробництва органічних продуктів, роль державних органів та державну політику щодо ринку органічної продукції [26].

Особлива роль відводиться проблемі безпечності кормів. Для цього на законодавчому рівні прийнято Документ № 2264-VIII від 21.03.2021 р., який визначено особливості роботи в напрямку безпечності кормів щодо виробництва, маркування, пакування та контролю, а також врегульовує особливості годування тварин та роздрібної торгівлі кормами. Крім того, в документі вказано на специфіку відносин між державою та операторами ринку кормів [27].

Ще одним важливим документом щодо кормо виробництва, є Документ № 869-2019-п від 09.10.2019 р., який прийнято у зв'язку з

пандемією COVID-19 щодо регулювання імпорту кормів для потреб тваринництва. Він визначає специфіку процедури щодо імпорту кормів, особливості ризику, відповідальність державних органів тощо [28].

Окремі проблемні питання та їх вирішення висвітлені у Концепції розвитку кормовиробництва в Україні на період до 2025 р. [29].

Ще одним важливим питанням є безпечність кормів. В даному контексті прийнято Документ 2639-VIII від 01.10.2022 р., яким встановлено особливості контролю з боку держави за безпекою харчових продуктів, ролі операторів ринку за безпечністю продуктів, відповідальність виробників за маркування харчових продуктів. Також визначено вимоги щодо інформації про продукти харчування, а саме: маркування дати кінцевого споживання продукції; органічна продукція; нефасована продукція; наявності ГМО в продукті харчування тощо [30].

В Україні було створено низку організацій та асоціацій, які займаються популяризацією органічного виробництва: Міжнародна асоціація «БІОЛан Україна», Торговельний дім «Органік Ера», Органік Стандарт, Жива планета та інші. Також функціонує Федерація органічного руху України, яка об'єднує виробників органічної продукції, наукові установи, навчальні заклади, державні установи.

Сільськогосподарські підприємства, які виробляють органічну продукцію на експорт мають дотримуватися міжнародних та європейських стандартів. Міжнародні та європейські стандарти для органічного виробництва встановлюють вимоги та норми для виробників органічної продукції, визначають загальні принципи, конкретизують вимоги до певних категорій продуктів чи процесів (табл. 2.3).

Ці стандарти встановлюють вимоги до виробництва, обробки, маркування та обігу органічних продуктів. Сертифікаційні організації здійснюють перевірки, щоб забезпечити дотримання виробниками цих стандартів.

Таблиця 2.3

Міжнародні та європейські стандарти для органічного виробництва

Міжнародні стандарти	Європейські стандарти
1. IFOAM (Міжнародна асоціація органічного виробництва): встановлює принципи органічного виробництва та стандарти для сертифікації. Його принципи включають екологічну стійкість, справедливість, здоров'я та прозорість.	1. Європейські стандарти з органічного виробництва (ЕС Reg. 834/2007 та 889/2008): визначають правила для органічного виробництва в Європейському Союзі. Вони регулюють виробництво, переробку та обіг органічних продуктів.
2. Codex Alimentarius Commission (Кодекс продуктів харчування): це спільна ініціатива ЮНІДО та ВООЗ, яка встановлює міжнародні стандарти безпеки та якості харчових продуктів. Включає стандарти для органічного виробництва.	2. Euro-Leaf (Європейський логотип органічної продукції): офіційний логотип ЄС для органічних продуктів, який вказує, що продукт відповідає стандартам органічного виробництва ЄС.
3. USDA National Organic Program (NOP): система сертифікації для органічного виробництва в Сполучених Штатах Америки, яка визначає стандарти для виробників та переробників органічної продукції.	3. IFOAM EU Organic Regulation (Європейський стандарт IFOAM): стандарт, який враховує принципи IFOAM та використовує їх як основу для стандартів органічного виробництва в Європейському Союзі.

**Складено на основі [31-35]*

Основними характеристиками органічного виробництва продукції тваринництва є:

1. Виробництво органічних тваринницьких продуктів виключає використання синтетичних хімічних речовин у годівлі та лікуванні тварин.
2. Тварини годуються органічними кормами, які вирощуються без використання хімічних речовин.
3. Виробництво органічних тваринницьких продуктів піддане строгим стандартам, які визначаються організаціями, що спеціалізуються на сертифікації органічної продукції.
4. Органічні ферми зазвичай присвячені забезпеченню гідного та здорового життя тварин, з униканням використання антибіотиків та стимуляторів росту.

5. Виробництво органічних тваринницьких продуктів сприяє збереженню біорізноманіття.

6. Органічні тваринницькі продукти піддаються процесу сертифікації, який гарантує їхню відповідність встановленим стандартам.

Сертифікація органічної тваринницької продукції є ключовим інструментом для забезпечення якості та екологічності продукції. Вона є важливим етапом для того, щоб виробники могли позначати свою продукцію як органічну та впевнено пропонувати її на ринку, який дедалі більше цінує екологічні та здорові аспекти харчування.

Сертифікація є обов'язковою умовою для поєднання інтересів виробників і споживачів. Основні значення сертифікації для виробників та споживачів представимо у таблиці 2.4.

Таблиця 2.4

Основні значення сертифікації для виробників та споживачів органічної продукції

Значення для виробників	Значення для споживачів
Доступ до ринків органічної продукції	Довіра та впевненість
Підвищення довіри споживачів	Гарантія якості та безпеки
Використання органічних маркувальних елементів на своїй продукції	Відповідність етичним стандартам
Збільшення конкурентоспроможності	Позитивний вплив на здоров'я
Підвищення рівня цінності	Підтримка екологічних ініціатив
Збільшення можливостей експорту	Відповідальний вибір
Підтримка сталого виробництва	Підтримка сертифікованих місцевих виробників

**Складено на основі [36-38]*

Виробництво органічних тваринницьких продуктів спрямоване на створення екологічно чистих, етичних та здорових продуктів для споживачів, а також на підтримку сталого та природоохоронного сільського господарства.

Органічному виробництву притаманні певні принципи, а саме: принцип екології, принцип здоров'я, принцип справедливості, принцип турботи [36].



Рисунок 2.11. Принципи функціонування органічного виробництва сільськогосподарської продукції.

**Побудовано на основі [36].*

Ці принципи спрямовані на створення стійкого та екологічно безпечного сільськогосподарського виробництва, яке враховує потреби сьогодення, не порушуючи можливостей майбутніх поколінь.

Для виробництва органічної продукції тваринництва, важливо вирощувати органічні сільськогосподарські культури, не використовувати антибіотики, ліки та інших хімічні добавки. Також рекомендується розширити площі тваринницьких ферм для створення сприятливих умов для розвитку тварин і птиці. На рис. 2.12 подамо схему виробництва, переробки та реалізації органічної продукції тваринництва.

На думку науковців [38] для прискорення розвитку органічного виробництва в Україні доцільно вирішити проблеми щодо створення необхідної сировинної бази, а також підвищення платоспроможності споживачів.

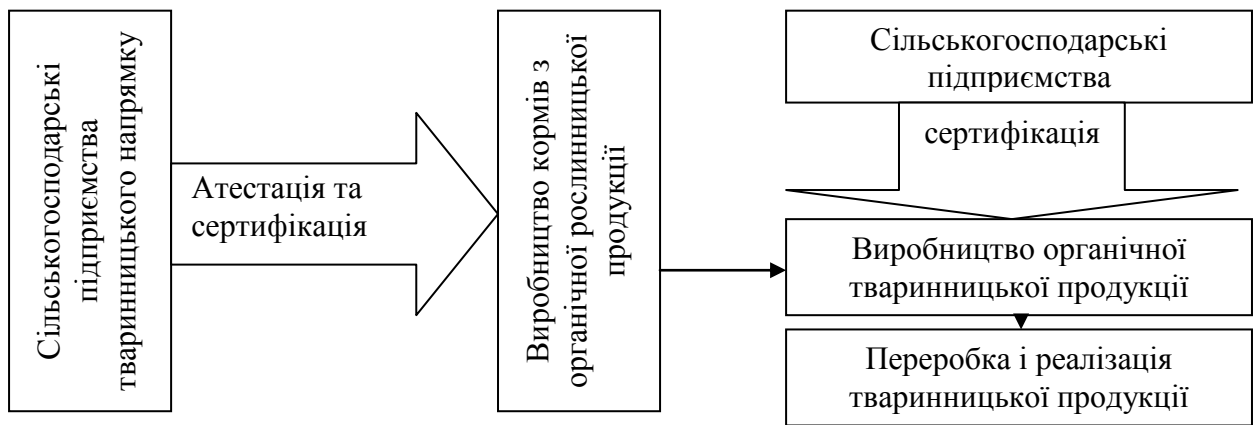


Рисунок 2.12. Схема виробництва, переробки та реалізації органічної продукції тваринництва.

**Побудовано на основі [37].*

В останні роки BrandStory спільно з Органік Стандарт проводять рейтинг найвідоміших виробників органічної продукції [39].

Найвідомішими виробниками є такі компанії (табл. 2.4).

Таблиця 2.4

ТОП-10 найвідоміших виробників органічної продукції

Назва бренду	Органічна продукція, яку виробляє
ТОВ «Organic Milk»	Виробляє органічну молочну продукцію протягом більш як 10 років.
ФГ «Дунайський аграрій»	Займається вирощуванням органічних кавунів, динь, персиків та нектарин. У 2023 році отримали сертифікацію виробника меду.
Бренд «Старий Порицьк»	Виробляє більш як 40 видів органічної молочної продукції, гречаної крупи та борошна з пшениці твердих сортів.
Компанія «Органік Оригінал»	Займається виробництвом круп, борошна, бобових культур, соняшникової олії та органічних кукурудзяних паличок.
ТМ Organic Chicken	Виробляє органічні яйця, які отримує від спеціальних породистих курчат з Чехії, що відповідають вимогам органічних умов утримання.
Сквирський комбінат хлібопродуктів	Асортимент органічної продукції складається з 59 найменувань, а саме: борошно, продукти дитячого харчування, крупи, пластівці.
«Агро Стариця»	Спеціалізується на виробництві органічних ягід, овочів, зелені та фруктів.
Торгова марка Organic Meat	Займається виробництвом м'ясних продуктів тільки з власної сировини за спеціальною рецептурою.
Бренд Organic Terra	Вирощує органічні тепличні овочі, зокрема: помідори і огірки.
Бренд BigBlue	Займається вирощуванням органічної лохини.

**Складено на основі [39].*

Як бачимо з таблиці 2.4 у ТОП-10 виробників органічної продукції увійшли 4 українських бренди, які виробляють органічну продукції тваринництва та 6 – органічну продукцію рослинництва.

У Львівській області сертифіковано 26 операторів, які займаються виробництвом органічної продукції. Як правило це виробники органічної продукції рослинництва, а саме зернових культур та ягідних культур. Оператори органічного ринку отримують фінансову підтримку з обласного бюджету. Так, у 2023 р. фінансову підтримку отримують 5 виробників на суму 582,5 тис. грн. Фінансування здійснюється на основі Комплексної програми підтримки та розвитку сільського господарства у Львівській області на 2021-2025 рр. [40].

Нині як в Україні, так і у Львівській області, зафіксовано тенденцію, коли значна частка виробленої органічної продукції спрямована на експорт. Це свідчить про зростаючий попит на українські органічні продукти на міжнародних ринках, що вказує на конкурентоспроможність українських виробників на світовому ринку органічної продукції. На внутрішньому ринку реалізується незначна частка. Однією з основних причин є те, що переважна більшість населення є не дуже платоспроможним для покупки органічних продуктів. Органічна продукція є дорожчою у виробництві через відмову від хімічних добрив та пестицидів, додаткові витрати на сертифікацію та інші аспекти стандартів органічного виробництва.

Отже, органічне виробництво тваринництва прагне поєднати ефективність виробництва з збереженням довкілля та етичним утриманням тварин, щоб в результаті надати споживачам високоякісні та екологічно безпечні продукти.

РОЗДІЛ 3

ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ ТВАРИННИЦТВА

3.1. Резерви підвищення конкурентоспроможності продукції тваринництва

Нині важливим завданням є впровадження напрямів підвищення конкурентоспроможності продукції тваринництва. Тваринництво є галуззю, яка ефективно реагує на розвиток інтенсифікації виробництва, оскільки має можливість здійснювати розширене відтворення на основі впровадження інновацій, прогресивних технологій та виробництва конкурентоспроможної продукції.

Для забезпечення ефективного функціонування підприємств у галузі тваринництва вирішальне значення мають економічні напрями, спрямовані на підвищення конкурентоспроможності як продукції, так і підприємств. Ці напрями включають в себе: оптимізацію виробничих витрат; використання технологій, що ефективно використовують ресурси; формування належної цінової політики для продукції тваринництва; гарантування безпеки та високої якості продукції; реалізацію ефективної логістики тощо [41].

Однією з проблем конкурентоспроможні продукції тваринництва сільськогосподарських підприємств є висока собівартість на неї. Особливо це стосується виробництва продукції скотарства та птахівництва, що пов'язано з великими затратами на корми, племінну роботу. Для вирішення даної проблеми доцільно підвищувати інвестиційну привабливість підприємств.

Підвищення конкурентоспроможності продукції тваринництва можна досягти шляхом впровадження певних напрямків та резервів розвитку. Основними з них є:

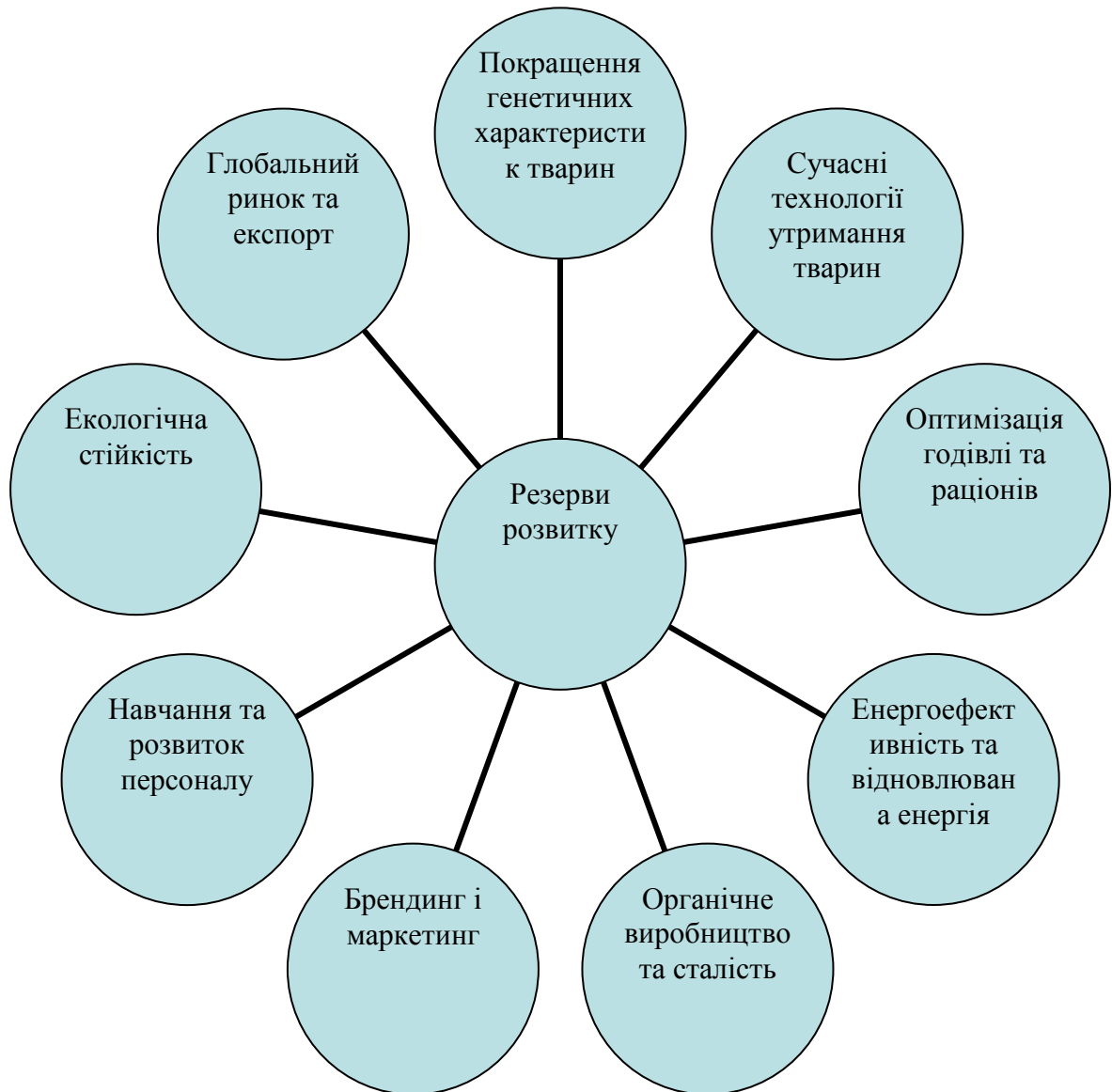


Рисунок 3.1. Резерви розвитку для підвищення конкурентоспроможності продукції тваринництва

1. Покращення генетичних характеристик тварин (селекція і введення сучасних методів біотехнології; використання сучасних методів селекції для отримання високопродуктивних і стійких до захворювань генетичних ліній).

2. Сучасні технології утримання тварин (впровадження автоматизованих систем годівлі, доїння та утримання тварин; використання

систем моніторингу здоров'я тварин, що дозволяє швидко виявляти захворювання і запобігати їх поширенню).

3. Оптимізація годівлі та раціонів (розробка ефективних годівельних програм, що враховують потреби тварин в поживних речовинах; використання інноваційних методів годування, таких як використання добавок для підвищення ефективності перетравлення кормів).

4. Енергоефективність та відновлювана енергія (зменшення витрат енергії у виробництві та перехід до використання відновлюваних джерел енергії; використання сучасних технологій енергозбереження в сільському господарстві).

5. Органічне виробництво та сталість (попит на органічні продукти відкриває можливості для розвитку органічної продукції тваринництва, яка може бути конкурентоспроможною на ринку).

6. Брендинг і маркетинг (розробка ефективних стратегій маркетингу для продукції тваринництва; створення брендів, що базуються на якості, екологічності та відповідальному виробництві).

7. Навчання та розвиток персоналу (забезпечення високого рівня кваліфікації працівників в галузі тваринництва; залучення фахівців для впровадження новітніх технологій та кращих практик).

8. Екологічна стійкість (впровадження екологічно чистих методів виробництва та управління відходами; розвиток систем управління ресурсами з метою мінімізації впливу на навколишнє середовище).

9. Глобальний ринок та експорт (розгляд можливостей для розширення ринків збуту та експорту тваринницької продукції може забезпечити додаткові джерела доходу).

Ці резерви можуть варіюватися в залежності від конкретних умов та специфіки підприємства, яке займається виробництвом тваринницької продукції. Важливо враховувати та адаптувати їх до конкретних потреб та можливостей кожного окремо взятого підприємства.

3.2. Інноваційні напрями підвищення конкурентоспроможності продукції тваринництва

В нинішніх умовах інноваційний розвиток є визначальним фактором досягнення економічного лідерства, важливим інструментом у конкурентній боротьбі. Це зумовлено тим, що інновації є матеріальною основою підвищення ефективності виробництва продукції, її якості і конкурентоспроможності, зниження витрат. Саме інновації є найважливішою умовою економічного розвитку на якісно новій основі.

На думку О.І. Дація, інновацією є «зміни в техніці, технології, організації, екології, економіці, а також у соціальній сфері з метою одержання економічного ефекту на основі задоволення певних суспільних потреб» [42].

Г. Христенко вважає, що мотивом впровадження інновацій для підприємств є виробництво конкурентоспроможної продукції з метою одержання прибутку. Проте науковець вказує, що «в умовах конкуренції досягти бажаного результату можна при забезпеченні ефективності застосування науково-технічних, економічних, організаційних, соціальних та екологічних факторів» [43, с.170].

Проаналізуємо вказані науковцем фактори відносно галузі тваринництва:

1. Науково-технічні фактори включають рівень наукових досліджень і розробок у галузі тваринництва, що може визначити доступність нових технологій та інновацій, а також розвиток генетичної інженерії, що може привести до вдосконалення продуктивних характеристик тварин, їх стійкості до хвороб.
2. Економічні фактори – це економічна ефективність впровадження нових технологій на підприємствах, що дозволить їм конкурувати на ринку.
3. Сутність організаційних факторів полягає в доступності фінансових ресурсів для впровадження нових технологій, що визначається

організаційними можливостями підприємств, а також їх спроможність взаємодіяти з іншими учасниками ланцюга постачання.

4. Соціальні фактори характеризуються тим, що успішне впровадження інновацій залежить від того наскільки їх сприймає суспільство.
5. Екологічні фактори включають стале виробництво та збереження ресурсів. Тобто інновації в тваринництві сприятимуть зменшенню екологічного впливу виробництва (зменшення викидів газів, утилізація відходів тощо), а нові технології, які спрямовані на більш ефективне використання природних ресурсів, є важливим фактором для інновацій в тваринництві.

Отже, тільки ефективне застосування вказаних факторів дозволить сільськогосподарським підприємствам, виробникам продукції тваринництва, досягти високих результатів у конкурентних умовах.

Інноваційна діяльність розвитку галузі тваринництва являє собою механізм, який об'єднує складові [44] (рис. 3.2).



Рисунок 3.2. Складові інноваційного розвитку товаровиробників продукції тваринництва

М. Заходим виділяє 5 складових інноваційного розвитку галузі тваринництва, а саме: селекційну, соціальну, техніко-технологічну, екологічну та організаційно-економічну. Причому основними складовими виділяє селекційну та техніко-технологічну, і доводить, що вони визначають вибір породи тварин, технічні засоби для реалізації інноваційних процесів та мають вагомий вплив на конкурентоспроможність виробництва продукції тваринництва та її ефективність [45].

Впровадження інновацій в галузь тваринництва можна поділити на певні етапи, які б розпочиналися від подачі ідеї, до її випробування та втілення. Науковець [45] виділяє сім таких етапів (рис. 3.3).



Рисунок 3.3. Основні етапи впровадження інновацій у тваринництві

**Побудовано на основі [45]*

Інноваційні технології в аграрному секторі загалом, та галузі тваринництва зокрема, дозволяють розвивати сільське господарство, при цьому зберігати природні ресурси та зменшувати негативний вплив на навколишнє середовище [46].

Ефективним інструментом для оцінки внутрішніх сильних і слабких сторін галузі тваринництва, а також зовнішніх можливостей і загроз є SWOT-аналіз (табл. 3.3).

Таблиця 3.3

SWOT-аналіз інноваційного розвитку галузі тваринництва

Сильні сторони	Слабкі сторони
<ol style="list-style-type: none"> 1. Наявність висококваліфікованих науковців і дослідників для впровадження інновацій. 2. Використання передових технологій (генетичний відбір, штучне осіменіння). 3. Використання автоматизованих систем управління фермами. 4. Застосування датчиків, моніторингу та інших технологій для спостереження за станом тварин. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Недостатня державна підтримка для інновацій у галузі. 2. Великі витрати на впровадження нових технологій та обладнання. 3. Фінансові обмеження. 4. Низька готовність фермерів до нововведень. 5. Можливість технічних проблем при використанні нових технологій.
Можливості	Загрози
<ol style="list-style-type: none"> 1. Збільшення попиту на якісну продукцію тваринництва внаслідок покращення стандартів життя . 2. Підвищення продуктивності тварин. 3. Доступ до нових ринків збуту та підвищення конкурентоспроможності. 4. Розвиток екологічно чистого виробництва. 5. Покращенню споживчих властивостей продукції. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ризик виникнення епідемій серед тварин. 2. Зміни клімату можуть впливати на умови утримання тварин та доступність кормів. 3. Зміни в правових нормах можуть вплинути на спосіб ведення тваринництва та обмежити використання певних технологій. 4. Економічні труднощі чи коливання цін на сировину можуть вплинути на здатність фермерів вкладати гроші у нові технології. 5. Зростання конкуренції внаслідок впровадження інновацій і розвитку галузі.

Складено автором

Проведений стратегічний аналіз дозволяє зрозуміти, як внутрішні та зовнішні фактори можуть впливати на інноваційний розвиток галузі

тваринництва і сприяє розробці стратегій для суттєвих переваг та мінімізації недоліків.

Перед галуззю тваринництва ставляться нові виклики в умовах переходу до цифрових трансформацій. Цифрова трансформація допомагає галузі тваринництва стати більш конкурентоспроможною, ефективною та адаптованою до сучасних вимог ринку та суспільства.

Досвід країн світу щодо розвитку технологій показує, що автоматизація і цифрова трансформація тваринництва ґрунтується на поєднанні можливостей машинного навчання, штучного інтелекту і застосування інтернету речей [47].

Інноваційні технології в аграрній галузі поділяються на три категорії [48]:

- 1) автономні роботи,
- 2) безпілотні дрони,
- 3) інтернет-датчики (IoT).

Доцільно приділити увагу новій концепції прийняття інноваційних автоматизованих рішень у тваринництві Smart Farm – розумна ферма, в основу якої покладено інноваційні технології максимальної автоматизації та роботизації усіх технологічних процесів [48].

Основна ідея розумної ферми полягає в тому, щоб використовувати розумні технології, такі як сенсори, моніторинг, автоматизація та аналітика даних, для оптимізації всіх аспектів фермерської роботи.

Розумна ферма включає 8 елементів взаємопов'язаного технологічного циклу виробництва продукції тваринництва:

- 1) ефективне управління стадом;
- 2) покращення умов утримання тварин;
- 3) оптимізована годівля тварин;
- 4) автоматизація і роботизація основних технологічних процесів;
- 5) підвищення якості продукції;

- 6) турбота та збереження здоров'я тварин;
- 7) екологічно безпечне виробництво;
- 8) система інтеграції виробничих процесів [48, 49].

Впровадження концепції розумної ферми вимагає державної підтримки, яка може сприяти збалансованому та стійкому впровадженню цифрових інновацій у сільському господарстві, а саме:

- надання фінансових стимулів, грантів або субсидій для фермерів, які впроваджують цифрові технології;
- зменшення податкового тягара для фермерів, що впроваджують розумні рішення;
- забезпечення програм навчання та консультацій для фермерів щодо використання цифрових технологій;
- розроблення та встановлення стандартів для цифрових технологій у сільському господарстві;
- створення сприятливого регулювання та політики, що підтримує використання розумних технологій;
- забезпечення доступу до швидкого та надійного Інтернету у сільських регіонах;
- сприяння розвитку та впровадженню інфраструктури для підтримки розумних ферм;
- фінансування досліджень та розробка інформаційних ресурсів для фермерів [50].

Загалом державна підтримка дозволяє зменшити фінансові бар'єри, сприяє впровадженню та поширенню цифрових технологій у сільському господарстві та сприяє сталому розвитку галузі тваринництва.

Отже, впровадження інновацій для підвищення конкурентоспроможності продукції тваринництва включають використання передових технологій, генетичний відбір, удосконалення систем управління фермами для оптимізації виробництва та підвищення якості продукції.

3.3. Напрямки підвищення якості продукції тваринництва

Якості продукції тваринництва є чи не найважливішим фактором впливу на підвищення конкурентоспроможності продукції тваринництва. При цьому важлива роль відводиться управлінню якістю, основні аспекти якого визначають стандарти ISO серії 9000.

Під системою якості продукції розуміють сукупність принципів та різних підходів, організаційних структур, методів та ресурсів, наявних для забезпечення процесу управління якістю [51]. Можна виділити декілька принципів управління якістю, які варто застосовувати для покращення показників діяльності підприємства (рис. 3.4).

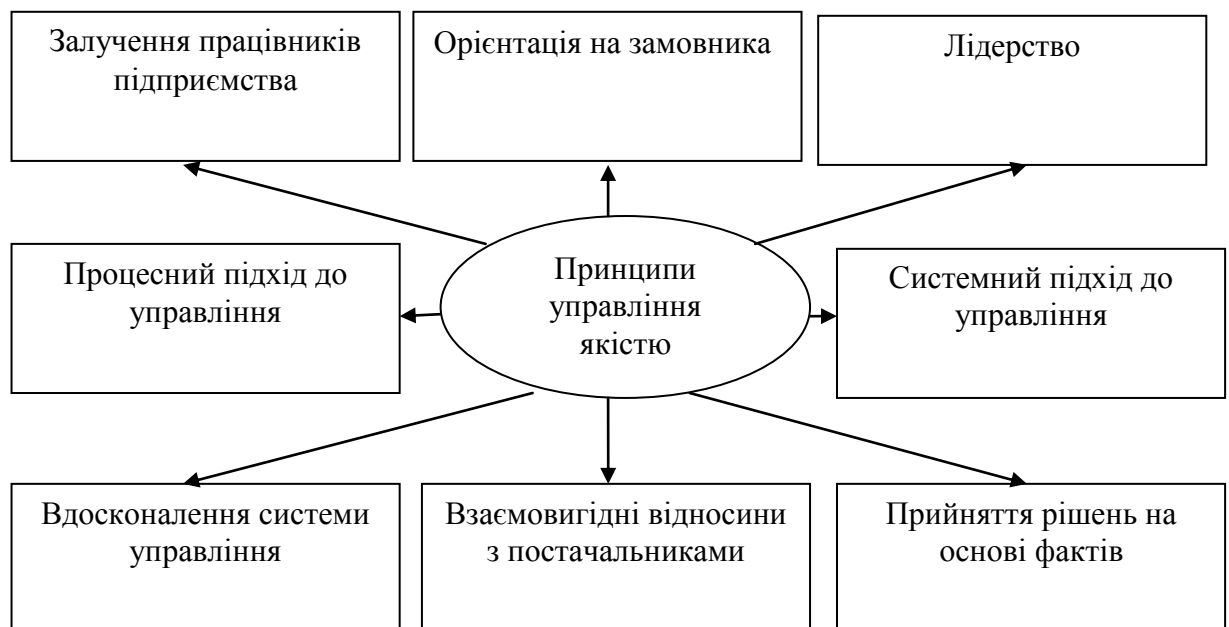


Рисунок 3.4. Принципи управління якістю

Побудовано на основі [51]

Названі принципів формують базу системи управління якістю в межах міжнародних стандартів ISO 9000, в яких зазначено основні положення та термінологія системи управління якістю продукції. Зміст міжнародних стандартів ISO 9000 та адаптації національних стандартів до них наведено в табл. 3.4.

Таблиця 3.4

Зміст та період набуття чинності в Україні стандартів ISO 9000

Міжнародний стандарт	Набрання чинності в Україні	Сутність стандарту
ISO 9000:2015 «Системи управління якістю. Основоположні принципи і словник»	ДСТУ ISO 9000:2015 (ISO 9000:2015, IDT); 01.07.2016	Зазначено основні положення систем управління якістю і визначено термінологію відносно систем управління якістю.
ISO 9001:2015 «Системи управління якістю. Вимоги»	ДСТУ ISO 9001:2015 (ISO 9001:2015, IDT); 01.07.2016	Прописані вимоги до системи управління якістю для окремих випадків, коли демонструється здатність виробляти продукцію тваринництва, що відповідає вимогам регламентів. За даним стандартом видається відповідне свідоцтво (сертифікат). Зарубіжні партнери краще співпрацюють з тими підприємствами, які мають сертифікат ISO.
ISO 9004:2009 «Системи управління якістю. Настави щодо поліпшення показників»	ДСТУ ISO 9004:2012 (ISO 9004:2009, IDT); 01.05.2013	Даний стандарт рекомендуються як керівництво для підприємств, які мають бажання перевищити вимоги ISO 9001 із метою досягнення цілей сталого розвитку: концепція ISO 9001 направлена на досягнення цілей, а виконання положень стандарту дозволяє досягати цілі з більшою ефективністю.
ISO 19011:2011 «Настави щодо здійснення аудитів систем управління»	ДСТУ ISO 19011:2012 (ISO 19011:2011, IDT); 01.07.2013	Прописані настанови щодо здійснення аудитів систем управління, вказано на керування програмою аудиту, крім того вміщують настанови щодо оцінювання компетентності осіб, які задіяні до процесу аудиту.

Узагальнено за даними ДП «УкрНДНЦ» [52].

Дотримання високих стандартів якості та отримання сертифікатів підтвердження може збільшити довіру споживачів і підсилити позиції продукції на ринку.

В умовах системних змін потрібно забезпечити сталий розвиток галузі тваринництва і ринку тваринницької продукції. Для цього доцільно розробити організаційно-економічний механізм, який гарантуватиме цей сталий розвиток, що передбачає взаємодію трьох ключових компонентів: економічного, соціального та екологічного. Це сприяє поєднанню довгострокового економічного зростання і підвищення рівня задоволення потреб населення з екологічними вимогами в рамках єдиної соціоприродної системи (рис. 3.5).

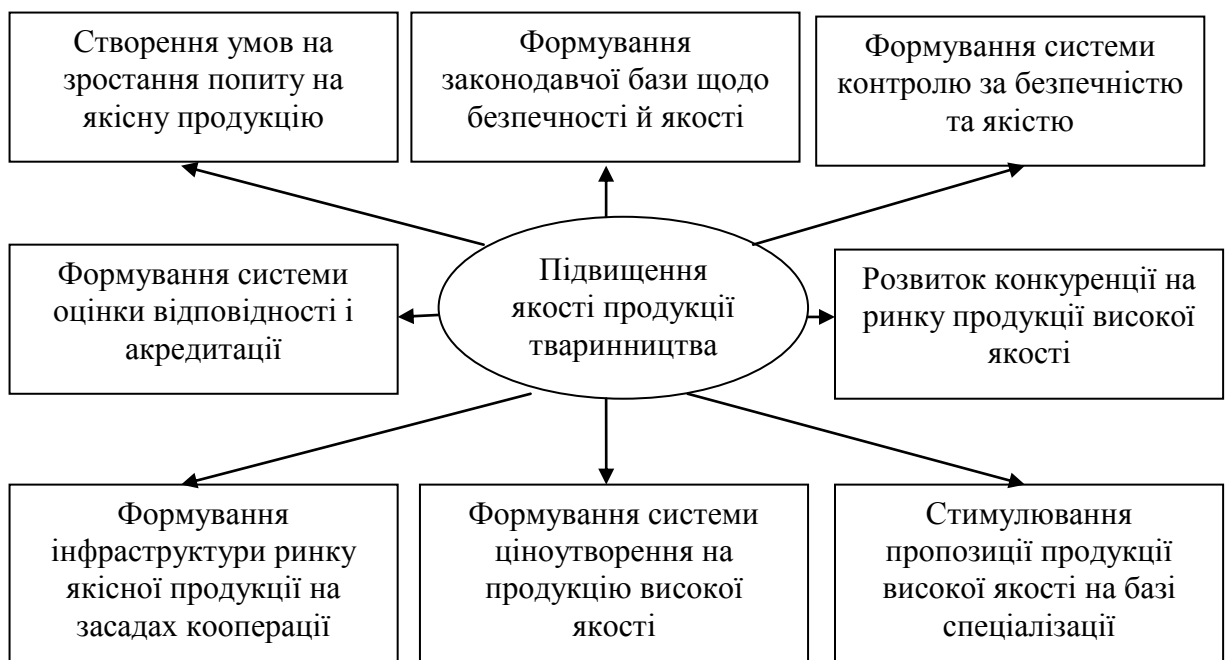


Рисунок 3.5. Складові механізму підвищення якості продукції тваринництва

Побудовано на основі [51]

Галузь тваринництва доцільно розглядати не тільки як сферу, що забезпечує населення продуктами харчування, але й оцінювати ефективність її функціонування з урахуванням взаємодії ресурсів і отриманого ефекту.

Оцінка роботи галузі, включаючи систему гарантування безпечності та якості продукції, повинна проводитися, враховуючи аспекти ресурсів, ефекту, якість життя і стан довкілля.

З погляду конкурентоспроможності, на ринку більшості основних видів традиційної продукції тваринництва, таких як м'ясо, молоко, яйця, трапляється ситуація, яку вчені називають як «пастка неефективності». У більшості випадків виробництво цих продуктів не приносить значних вигід ні виробникам, ні споживачам. Згідно з класичним підходом до управління конкурентоспроможністю продукції, зазначені види тваринницької продукції із традиційного сектора належать до сектора чотири спрощеної моделі матриці конкурентоспроможності [51] (рис. 3.6).



Рисунок 3.6. Модель конкурентоспроможності для продукції тваринництва

Побудовано за даними [51].

Оскільки якість основних видів продукції тваринництва, отриманої із традиційного сектора, не відповідає належним стандартам, вона не приносить достатньої користі або прибутку споживачам. Водночас виробництво цих продуктів не приносить достатніх вигід сільськогосподарським виробникам, що підтверджується низькою рентабельністю виробництва.

Взаємозв'язок між якістю продукції тваринництва та її конкурентоспроможністю розкривається на трьох рівнях профілю якості, визначених Н. Кано:

1. Рівень 1 – Базова якість або безпечність: спрямований на обов'язкові характеристики продукції, що гарантують споживачеві відсутність ризиків для здоров'я, такі як відсутність хімічних речовин, антибіотиків, гормонів тощо.
2. Рівень 2 – Потрібна (очікувана) якість: відповідає очікуваним характеристикам та властивостям продукції, таким як наявність корисних для організму білків та інших речовин, або низький вміст насичених жирів.
3. Рівень 3 – приваблива (випереджаюча) якість: відповідає новітнім або «сюрпризним» характеристикам продукції, які викликають захоплення у споживачів, такі як наявність омега-3 жирних кислот, кон'югованої лінолевої кислоти та інших речовин, що зменшують ризику діабету, тиск тощо [53].

Продукція тваринництва, яка є безпечною для здоров'я людини та відсутня у складі компонентів 2 і 3 за моделлю якості Кано, може не мати конкурентних переваг на європейському ринку. Вимоги споживачів постійно змінюються, і продукція з характеристиками очікуваної якості поступово переходить у категорію обов'язкової або базової якості, тоді як випереджаюча якість стає новим стандартом очікуваної якості.

Основними напрямками підвищення якості продукції тваринництва є:

1. Вдосконалення генетичного потенціалу тварин.
2. Впровадження сучасних технологій годівлі та утримання тварин.
3. Контроль за захворюваннями та впровадження профілактичних заходів.
4. Забезпечення ефективного використання ресурсів природи (вода, ґрунти).
5. Вдосконалення системи контролю якості та сертифікації продукції.
6. Впровадження екологічно чистих технологій у виробництві.
7. Підвищення кваліфікації працівників галузі.
8. Розвиток програм стандартизації та впровадження сучасних стандартів безпеки продукції тваринництва.
9. Сприяння використанню інновацій у виробництві та обробці продукції.
10. Збільшення обсягів науково-дослідної роботи в галузі тваринництва.

Отже, застосування сучасних методів селекції та генетичного вдосконалення є ключовим елементом для підвищення продуктивності тварин і отримання високоякісної продукції. Ефективне використання технологій у годівлі та утриманні тварин сприяє не лише покращенню їх здоров'я, але і забезпечує високий рівень якості м'яса та молока. Потрібна також ефективна системи контролю за якістю кормів і води, а також відслідковування продукції від початкового етапу до кінцевого споживача, що гарантуватиме безпеку та відповідність продукції стандартам якості. Також важливо враховувати екологічні аспекти та впровадження сталого підходу до тваринництва, які визначають важливі напрями для забезпечення якості продукції та збереження природних ресурсів на довгострокову перспективу.

ВИСНОВКИ

Проведенні дослідження щодо підвищення конкурентоспроможності продукції тваринництва сільськогосподарськими підприємствами дозволяють сформулювати наступні висновки.

Конкурентоспроможність продукції тваринництва визначається не лише ефективністю виробництва і якістю продукції, але й здатністю адаптуватися до змінних умов ринку та враховувати споживчі тенденції. Збалансоване поєднання інновацій, сталого використання ресурсів та відповідності вимогам якості є ключовими чинниками, які визначають успішність конкуренції в галузі тваринництва.

На основі узагальнення трактувань вченими поняття «конкурентоспроможність продукції», запропоновано власне визначення «конкурентоспроможність продукції тваринництва – це здатність продукції конкурувати на ринку з аналогічною продукцією інших виробників, враховуючи цінову привабливість, високу якість, відповідність технічним стандартам, дотримання екологічних норм і вимог, а також задоволення естетичних потреб споживачів».

Конкурентоспроможність виробництва продукції тваринництва залежить від різносторонніх чинників, що охоплюють технологічні, економічні, соціальні та екологічні аспекти.

Кризовий стан у галузі тваринництва призвів до зниження продуктивності тварин та збільшення собівартості продукції. Відбулося руйнування тваринницьких комплексів, і особливо значуще зменшилося поголів'я ВРХ, зокрема корів, що суттєво вплинуло на скорочення обсягів виробництва та зниження рентабельності тваринництва.

Дослідження проводилося на базі сільськогосподарських підприємств Львівської області. За підсумками 2022 року Львівська область посідає 2 місце в Україні за кількістю поголів'я свиней, 5 місце за кількістю птиці та 5 місце за обсягом виробництва м'яса.

У Львівській області частка продукції тваринництва має спадну тенденцію в динаміці. Якщо у 2015 р. вона становила 34,8 %, то у 2022 р. - 26,6 %.

Поголів'я ВРХ та корів має спадну тенденцію в динаміці, тоді як поголів'я свиней, овець і кіз, а також птиці зростає.

У досліджуваному регіоні виробниками продукції скотарства є в основному господарства населення, в яких зосереджено 84,5 % поголів'я ВРХ та 89,4 % корів. У сільськогосподарських підприємствах утримується основна частина поголів'я свиней 77,6 %, овець і кіз – 19,9 % та птиці – 48,5 % .

У 2022 р. порівняно з 2021 р. зросли обсяги виробництва продукції тваринництва від 3 % до 10 %, а саме: збільшили обсяги виробництва м'яса на 3,3 %, молока – на 5,1 % та яєць – на 10,4 %.

Найбільшими виробниками продукції тваринництва є підприємства Львівського та Стрийського районів, їх частка у загальному обсязі становить 32,8 % та 26,2 % відповідно. За обсягами вирощування ВРХ найбільшими виробниками є підприємства Червоноградського, Стрийського і Золочівського районів, виробництва свинини зосереджено у Львівському, Золочівському і Стрийському районах, а виробництво птиці сконцентровано у Стрийському та Львівському районах.

В результаті дослідження доведено, що на ефективність галузі тваринництва вагомий вплив має концентрація виробництва. Великі за розмірами ферми дозволяють ефективніше використовувати робочу силу, засоби виробництва, нову технологію тощо.

Важлива роль відводить продуктивності тварин та птиці. На продуктивність тварин мають вплив різні фактори, які охоплюють аспекти годівлі, утримання, генетики, управління стадом та здоров'я тварин. Продуктивність корів у сільськогосподарських підприємствах Львівщини в розрізі районів коливається від 3222 кг у Яворівському районі до 7396 кг у

Червоноградському районі. Найбільше обсяги виробництва молока у Львівській області у Червоноградському (28,9%), Золочівському (26,3 %) та Стрийському (17,3 %) районах.

Реалізація продукції тваринництва сільськогосподарськими підприємствами Львівщини характеризується позитивною динамікою лише щодо реалізації сільськогосподарських тварин (у живій масі), де у 2021 р. порівняно з 2015 р. зросла на 64 %.

Досліджуючи рівень рентабельності продукції тваринництва у сільськогосподарських підприємствах Львівщини, варто зауважити, що збитковим є лише виробництво м'яса ВРХ, а решта продукція тваринництва є прибутковою. До того ж в останній досліджуваній рік спостерігаємо зростання рівня рентабельності за всіма видами продукції.

Перспективним напрямком є розвиток виробництва органічної продукції тваринництва, оскільки це відповідає сучасним вимогам споживачів та сприяє збереженню навколишнього середовища. Заохочення інноваційних підходів, врахування сталого використання ресурсів та збалансована господарська стратегія в органічному тваринництві забезпечують конкурентоспроможність на ринку.

У ТОП-10 виробників органічної продукції увійшли 4 українських бренди, які виробляють органічну продукції тваринництва та 6 – органічну продукцію рослинництва. У Львівській області сертифіковано 26 операторів, які займаються виробництвом органічної продукції, але це переважно виробники органічної продукції рослинництва.

Запропоновано резерви розвитку для підвищення конкурентоспроможності продукції тваринництва, які можуть варіюватися в залежності від конкретних умов та специфіки підприємства, що займається виробництвом тваринницької продукції.

Доведено, що впровадження інновацій у сфері тваринництва стає важливим інструментом для підвищення конкурентоспроможності продукції.

Зосередження на новаторських методах у генетиці, технологіях утримання тварин та використанні цифрових рішень може значно покращити ефективність господарювання та відкривати нові можливості для розвитку тваринницької галузі.

Підвищення якості продукції в галузі тваринництва вимагає акценту на впровадженні сучасних технологій у годівлі та утриманні тварин, а також постійного контролю за генетичним потенціалом стада. Забезпечення високих стандартів ветеринарної догляду, використання ефективних методів управління та наголос на сталому використанні ресурсів є ключовими стратегіями для досягнення високої якості тваринницької продукції.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Конкурентоспроможність продукції скотарства і птахівництва України в системі євроінтеграції : монографія / Ільчук М. М., Коновал І. А., Мельникова І. В. та ін. К.: Вид-во ТОВ «Аграр Медіа Груп», 2015. 321 с.
2. Гаркавенко С. Маркетинг: [підручник]. 5-те вид. доп. Київ: Лібра, 2007. 720 с.
3. Легеза Д. Г. Конкурентоспроможність продукції сільськогосподарських підприємств : монографія. К. : ННЦ «Інститут аграрної економіки», 2011. 394 с.
4. Павловська Л. Д., Маковська С. О. Формування конкурентоспроможності продукції типових сільськогосподарських підприємств: монографія. Житомир: Вид-во «Полісся», 2012. 204 с.
5. Конкурентоспроможність підприємства : оцінка рівня та напрями підвищення : [монографія] / За заг. ред. О. Г. Янкового. Одеса : Атлант, 2013. 470 с.
6. Гринь В.І. Сутність та фактори конкурентоспроможності продукції сільськогосподарських підприємств. *Наукові праці Полтавської державної аграрної академії*. 2012. Вип. 2 (5). Т. 3. С. 87–92.
7. Гузар Б.С., Цикалюк О.С. Основні фактори впливу на конкурентоспроможність продукції. *Інноваційна економіка*. 2012. № 11. С. 277–280.
8. Драган О.І. Управління конкурентоспроможністю підприємств: теоретичні аспекти: [монографія] Київ: ДАКККіМ, 2006. 160 с.
9. Башук Г.О. Економіко-інноваційна модель конкурентоспроможності продукції в Україні. *Економіка та держава*. 2013. № 6. С. 102–106.
10. Гузар Б.С., Циканюк О.С. Основні фактори впливу на конкурентоспроможність продукції. *Інноваційна економіка*. 2012. № 11. С. 277-280.

11. Сушарник Я.А. Система факторів впливу на конкурентоспроможність галузі свинарства та напрями її підвищення. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія Економічні науки.* Випуск 16. Частина 4. 2016. С. 93-97.
12. Біла І.С., Швед Т.В. Оцінка конкурентоспроможності підприємства. *Економіка та суспільство.* 2017. № 8. С. 405-410.
13. Калічавий А.В. Еволюція конкуренції: від зародження поняття до сучасних особливостей. *Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України.* 2015. Вип. 5 (115). С. 58-63.
14. Янковий О.Г. Конкурентоспроможність підприємства: оцінка рівня та напрям підвищення: монографія. Одеса : Атлант, 2013. 470 с.
15. Мандич О.В. Компоненти розробки стратегій підвищення конкурентоспроможності підприємств. *Вісник ХНАУ ім. В.В. Докучаєва. № 1. Серія «Економічні науки»,* 2016. С. 130-134.
16. Сітковська А.О. Оцінка рівня конкурентоспроможності підприємства: методика та критерії розрахунку. *Економіка. Управління. Інновації. Серія: Економічні науки.* 2016. № 3. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui_2016_3_19 (дата звернення: 01.10.2023).
17. Портер М. Конкуренція. Київ, 2001. 387 с
18. Сайт Головного управління статистики у Львівській області. URL: http://database.ukrcensus.gov.ua/statbank_lviv. (дата звернення: 01.10.2023).
19. Свиноус І. В., Гура А. М., Микитюк Д. М. Економічні аспекти виробництва тваринницької продукції в Україні. *Економіка та управління АПК.* 2013. Вип. 11. С. 29-33.
20. Петриченко О.А. Аналіз тенденцій розвитку галузі молочного скотарства в ланці молокопродуктового ланцюга. *Економіка АПК.* 2018. №5. С. 33-40.

21. Кернасюк Ю. Ринок м'яса: основні тренди. Економічний гектар. 2018. 10 серпня. <http://agro-business.com.ua/agro/ekonomichnyi-hektar/item/11153-rynok-miasa-osnovni-trendy.html>. (дата звернення: 20.12.2023).
22. Кирилук О. Ф. Розвиток ринку продукції птахівництва. *Вісник аграрної науки*. 2012. № 8. С. 80-82.
23. Методичні рекомендації по плануванню, обліку і калькулювання собівартості продукції (робіт, послуг) сільськогосподарських підприємств, затверджених наказом Міністерства аграрної політики України від 18.05.2001 р. № 132. URL: <http://www.uazakon.com/big/text1528/pg1.htm> (дата звернення: 20.09.2023).
24. Комплексна програма підтримки та розвитку агропромислового виробництва Львівської області на 2016-2020 р.р. URL: https://loda.gov.ua/agr_prohramy (дата звернення: 12.12.2023).
25. Регламент Європейського Парламенту і Ради (ЄС) № 2018/848 від 30 травня 2018 року про органічне виробництво і маркування органічних продуктів та про скасування Регламенту Ради (ЄС) № 834/2007: Європейський Союз; Регламент, Міжнародний документ, Правила [...] від 30.05.2018 № 2018/848. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/984_036-18#Text (дата звернення: 12.12.2023).
26. Про основні принципи та вимоги до органічного виробництва, обігу та маркування органічної продукції: Закон України від 10 липня 2018 р. №2496-VIII. (в редакції від 27.05.2022 р.). URL: https://ips.ligazakon.net/document/t182496?ed=2023_06_30 (дата звернення: 22.12.2023).
27. Про безпечність та гігієну кормів. Закон України № 1206-IX від 04.02.2021р. URL:

- https://zakononline.com.ua/documents/show/375617_669526 (дата звернення: 20.12.2023).
28. Про затвердження Порядку встановлення спеціальних умов імпорту харчових продуктів та кормів. Постанова № 869-2019-п від 09.10.2019 р. URL: <https://docs.dtkr.ua/doc/869-2019> (дата звернення: 20.12.2023).
 29. Концепція розвитку кормовиробництва в Україні на період до 2025 року.[Петриченко В. Ф., Корнійчук О. В., Бабич А. О. та ін.]. Вінниця : ІКСГП НААН, 2014. 12 с.
 30. Про інформацію для споживачів щодо харчових продуктів. Закон України. № 2639-VIII в редакції від 01.10.2022 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2639-19#Text> (дата звернення: 20.12.2023).
 31. Регламент (ЄС) № 834/2007 про органічне виробництво та маркування органічної продукції. URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=LEGISSUM%3Af86000>. (дата звернення: 20.12.2023).
 32. Регламент ЄС 1235/2008 про правила щодо імпорту органічної продукції з третіх країн. 2008. URL: https://ec.europa.eu/info/food-farming-fisheries/farming/organic-farming/legislation_en. (дата звернення: 20.12.2023).
 33. Регламент ЄС 889/2008 про правила, що регулюють органічне виробництво, маркування та контроль. 2008. URL: https://ec.europa.eu/info/food-farming-fisheries/farming/organic-farming/legislation_en (дата звернення: 20.12.2023).
 34. IFOAM Basic Standards. URL: <https://www.aquaculturealliance.org/advocate/ifoam-drafts-basic-standards-for-organic-aquaculture-production>. (дата звернення: 23.12.2023).
 35. Офіційний сайт Федерації органічного руху України. URL: <http://organic.com.ua/vidannya-dovidnika-standartiv-%D1%94s-shhodo->

- regulyuvannya–organichnogo-virobnicztva-ta-markuvannya-organichnih-produktiv. (дата звернення: 27.12.2023).
36. Дудар Т. Г. Розвиток органічного агровиробництва як основа забезпечення якості і безпечності сільськогосподарської продукції в Україні. *Науковий вісник Мукачівського державного університету. Серія: Економіка*. Вип. 1 (1). 2014. С. 11–15.
37. Виробництво органічної продукції тваринництва в умовах функціонування вертикально-інтегрованих підприємств. URL: http://ir.znau.edu.ua/bitstream/123456789/915/1/Organic_20132_136-40.pdf. (дата звернення: 21.12.2023).
38. Шпикуляк О. Г., Беженар І. М., Білокінна І. Д. Сучасні тенденції розвитку органічного виробництва в аграрному секторі і фермерських господарствах. *Проблеми сучасних трансформацій. Серія: економіка та управління*. № 8. 2023 URL: https://reicst.com.ua/pmt/issue/view/issue_8_2023. (дата звернення: 20.12.2023).
39. ТОП-10 найвпізнаваніших брендів в Україні. URL: <https://agronews.ua/news/nazvano-top-10-najvpiznavanishyh-organichnyh-brediv-ukrayiny>. (дата звернення: 10.12.2023).
40. На Львівщині органічні виробники отримують підтримку з обласного бюджету. URL: <https://loda.gov.ua/news/83826> (дата звернення: 26.12.2023).
41. Кондратюк О.І. Підвищення конкурентоспроможності виробництва сільськогосподарської продукції. *Економіка АПК*. 2005. № 10. С. 109-112.
42. Дацій О. І. Розвиток інноваційної діяльності в агропромисловому виробництві України: [монографія] К.: ННЦ ІАЕ, 2004. 428 с.
43. Христенко Г.М. Еволюція підходів до визначення сутності інновацій. *Вісник НТУ «ХПІ»*. 2014. № 66 (1108). С. 166-172.

44. Водянка Л. Д., Підгірна В. С., Антохова І. М. Тенденції впровадження інновацій в аграрному секторі економіки України. *Агросвіт*. 2019. № 8. С. 26–32. DOI: [10.32702/2306-6792.2019.8.26](https://doi.org/10.32702/2306-6792.2019.8.26).
45. Заходим М. Інноваційно-інвестиційний механізм забезпечення розвитку ринку продукції тваринництва. Міжнародний науковий журнал «Грааль науки». № 25. 2023. С. 34-42.
46. Петрусь Р.В. Дяченко П.В. Інноваційне трансформування аграрного сектору: стан та перспективи. *Україна у міжнародних економічних відносинах в умовах інтеграційних процесів: стан, виклики та перспективи розвитку: збірник тез VII Всеукраїнської студентської науково-практичної конференції* / за заг. Ред. А.О. Линдюка, Р.Д. Федіва. Дубляни, 2023. С. 212-215.
47. Morota G., Ventura R.V. Big data analytics and precision animal agriculture symposium: machine learning and data mining advance predictive big data analysis in precision animal agriculture. *Journal of animal science*. 2018. Volume 96. Issue 4. P. 1540–1550.
48. Хіч Ю.Р., Дяченко П.Р. Інноваційні технології у тваринництві. *Студентська молодь і науковий прогрес в АПК: тези доп. Міжнар. студ. наук. форуму, 4-6 жовтня 2023 року*. Львів, 2023. С. 231.
49. Веселов Є. В., Левченко І. С. Інноваційні технології у тваринництві та ефективність впровадження концепції Smart Farm. *Таврійський науковий вісник*. 2019. № 109. Частина 2. С. 15-20.
50. Лаврук В.В., Покотильська Н.В. Стратегія державної фінансової підтримки тваринництва. *Вчені записки Таврійського національного університету імені ВІ Вернадського. Серія: Економіка і управління*. 2019. Т. 30 (69), № 5 (2). С. 114-120.
51. Кирилюк І., Кирилюк Є. Організаційно-економічні рішення та моделі підвищення якості продукції тваринництва в Україні: монографія. Черкаси: ЧНУ ім. Б. Хмельницького, 2020. 268 с.

52. ДП «УкрНДНЦ». URL: <http://uas.gov.ua> (дата звернення: 20.12.2023).
53. Метод модель Кано. URL:
https://duikt.edu.ua/uploads/p_307_86569898.pdf?file=p_307_86569898.pdf
(дата звернення: 23.12.2023).
54. Петрусь Р.В. Дяченко П.В. Інноваційне трансформування аграрного сектору: стан та перспективи. *Україна у міжнародних економічних відносинах в умовах інтеграційних процесів: стан, виклики та перспективи розвитку: збірник тез VII Всеукраїнської студентської науково-практичної конференції* / за заг. Ред. А.О. Линдюка, Р.Д. Федіва. Дубляни, 2023. С. 212-215.