

УДК 338.432: 339.97

Богачик П.П.\*,  
аспірант кафедри менеджменту,  
Уманський національний університет садівництва

## ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ЗБУТОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ-ЕКСПОРТЕРІВ ПРИ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОДУКЦІЇ ТВАРИННИЦТВА

**Постановка проблеми.** Зростання агровиробництва в Україні створює передумови для лідирування українських підприємств-експортерів за обсягами постачань на світові ринки за багатьма продовольчими групами товарів. Проте, через брак коштів у сільськогосподарських підприємств, збільшення агровиробництва і, як наслідок, реалізація сільськогосподарської продукції відбувається досить повільними темпами. Саме тому виникає гостра потреба у пошуку більш прибуткових експортних ринків, які дозволять отримати більший економічний ефект та реінвестувати отримані прибутки у виробництво та просування агропродукції.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Розробка конкурентних стратегій та їх аналіз представлені у працях багатьох вітчизняних та закордонних вчених, таких як: М. Портера [1], Л. В. Балабанової [2], А. Томпсона [3], Ф. Котлера [4], І. Ансоффа [5], П. Саблука [6] та ін. Вчені займались формуванням конкурентних стратегій підприємств у різних галузях економіки, розробкою концептуальних засад покращення просування продукції та пошуком шляхів підвищення їх конкурентоспроможності. Однак зі зростанням світових ринків та умов їх діяльності, а також, зважаючи на економічну кризу в Україні, для експортерів досить важливим є покращення реагування на міжнародних продовольчих ринках з метою підвищення ефективності їх діяльності.

**Постановка завдання.** Метою дослідження є проведення аналізу міжнародних ринків, де здійснюється реалізація продукції тваринництва, та розробка практичних рекомендацій щодо формування конкурентних стратегій у збутовій діяльності та підвищення ефективності реалізації підприємств-експортерів.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Зростання світового споживання сільськогосподарської продукції за умов зростання населення дозволяє виробникам (переробникам) – експортерам нарощувати власні виробничі потужності та отримувати вищий економічний ефект. Україна, як важливий учасник торгівельних відносин, на міжнародних ринках продовольства повинна займатись пошуком та переорієнтацією на найбільш привабливі світові ринки збуту продукції тваринництва в умовах торгівельної війни з РФ та падінням цін на низку продовольчих товарів на світових біржах.

За даних економічних викликів Україна повинна реалізувати стратегію диверсифікації для підвищення вітчизняного впливу на продовольчі ринки. А завдяки спільній вітчизняній аграрній політиці необхідно виходити на нові ринки з найвищими цінами на товари тваринного походження і проводити ефективний контроль внутрішніх запасів та впливати на міжнародні ціни.

Слід відмітити, в умовах втрати російського ринку продовольства, українським переробникам-експортерам необхідно сфокусуватись на найбільш привабливих ринках світу. Саме тому, нами сформовано матрицю цін найбільших імпортерів продукції тваринництва у 2015 році (табл. 1).

Таблиця 1

Матриця цін найбільших імпортерів продукції тваринництва у 2015 році, дол. США/кг

Найбільші імпортери у світі	Масло вершкове	Сири усіх видів	М'ясо куряче	Мед	Яйця курячі
1	2	3	4	5	6
Саудівська Аравія	3,61	4,20	2,06	3,77	442,58
Туреччина	3,54	-	-	-	1128,98
Мексика	4,48	4,33	1,23	-	325,00
Канада	-	9,36	2,64	-	181,37
Китай (Гонконг)	4,95	6,27	1,67	-	142,35
Малайзія	4,08	4,64	2,01	-	-
Філіппіни	4,50	3,87	1,03	-	-

\* Наук. керівник: Школьнік О.О. – д. е. н., професор

продовження табл. 1

1	2	3	4	5	6
Сінгапур	-	6,07	2,06	-	145,64
США	-	-	-	3,45	-
Німеччина	-	-	-	3,73	150,10
Франція	-	-	-	3,84	-
Великобританія	-	-	-	3,12	-
Японія	-	4,22	2,57	3,25	-
Італія	-	-	-	3,59	-
Іспанія	-	-	-	2,37	-
Китай	-	-	-	10,35	-
ПАР	-	-	0,78	-	-
Еквадор	-	-	-	-	461,57

Джерело : розраховано автором на основі даних UN Comtrade / Internation Trade in Goods based on UN Comtrade data [7]

Зокрема, було досліджено ринки масла вершкового, сирів усіх видів, м'яса курятини, меду та яєць курячих. Слід відмітити, що в умовах зростання виробництва масла у світі відбувається зниження ціни на дану продукцію на ринках Саудівської Аравії, Туреччини, Мексики, Канади, Китаю (Гонконг), Малайзії і лише на ринку Філіппін ціна на масло у минулому році підвищилась на 4,3% серед обраних перспективних країн. Також відповідно прогнозів ФАО, на даному ринку відбуватиметься зростання пропозиції в середньому на 2,3 % до 2024 року, а споживання – на 2,4 % [8], що призведе в майбутньому до зменшення запасів, підвищення ціни на продукцію до 3937 дол. США/т у 2024 році і сформує додаткову потребу у виробництві та експорті даної продукції. З огляду на те, що найвищі ціни на масло зафіксовані на ринках Китаю (Гонконг), Філіппін, Малайзії, які є найбільшими імпортерами даної продукції, та, зважаючи на нижчий рівень фітосанітарних вимог до продукції, ці ринки є досить перспективними для українських експортерів.

На ринку сиру, за даними ФАО, прогнозується перевищення показника середньої ринкової ціни 2012-2014 років лише у 2019 році, через стрімке зростання виробництва більш швидкими темпами, ніж споживання, що призвело до падіння середньої ціни на сир до 3667 дол. США у минулому році.

Серед найбільших імпортерів курятини найбільш привабливими є ринки Японії, Саудівської Аравії та Сінгапуру для українських імпортерів, де середня ціна на ринках варіює на рівні 2,06-2,57 дол. США/кг.

На світовому ринку меду відбулося падіння цін через зростання виробництва швидшими темпами, ніж споживання. Ціни на дану продукцію зростали лише на ринках Китаю та Японії як найбільш перспективних країн для українських експортерів. Україні необхідно більш активно просувати свою продукцію на світові ринки, адже експорт меду українського виробництва за минулий рік скоротився на 9,9 % у порівнянні з попереднім періодом, через зниження ціни на продукцію на 9,1 % та скорочення обсягів на 0,9 %, що, в свою чергу, потребує пошуку ринків з вищими цінами на продукцію. Зокрема, Україна уже здійснювала експорт меду на китайський ринок у минулому році за ціною 9,80 дол. США/кг, однак лише в обсязі 1,1 тонни. Це вимагає у даних економічних умовах формування конкурентної стратегії для виходу на нові ринки та збільшення обсягів реалізації на існуючих експортних ринках.

Також одним із перспективних напрямів експорту продукції тваринництва є постачання на світовий ринок курячих яєць, зважаючи на зростання споживання даного виду продукції та короткого виробничого циклу, що дозволить підтримувати високу ліквідність сільськогосподарських підприємств та отримувати валютну виручку від реалізації своєї продукції. Найвищі ціни на яйця курячі в 2015 році було зафіксовано в Туреччині, Саудівській Аравії та Еквадорі. Для формування конкурентних стратегій, які б дали можливість підвищити ефективність вітчизняних агропідприємств необхідно більш детально провести аналіз міжнародних ринків продукції тваринництва.

Провівши аналіз світового ринку масла вершкового, нами була сформована матриця середніх цін найбільших імпортерів даної продукції у 2015 році (табл. 2).

На основі аналізу даних табл. 2 слід відмітити, що найвища середня ціна була зафіксована на ринку Китаю (Гонконг) на рівні 4,95 дол. США/кг, де середня ціна за контрактами з країнами-експортерами не опускалася нижче 4,11 дол. США/кг. Слід відмітити, що Україна поставляла масло вершкове на світові ринки за середньою ціною 2,55 дол. США/кг [9], а імпортувала за середньою ціною на рівні 3,58 дол. США/кг. Розмір імпорту становив 6,1 % до рівня експорту у минулому році, що призвело до додаткових валютних витрат на рівні 743,1 тис. дол. США.

Таблиця 2

Матриця середніх цін найбільших імпортерів масла вершкового у 2015 році, дол. США/кг

Країни експортери	Найбільші імпортери масла вершкового у світі				
	Саудівська Аравія	Туреччина	Мексика	Китай (Гонконг)	Малайзія
Малайзія	1,02	-	-	5,45	-
Нова Зеландія	3,77	3,52	4,11	4,71	3,79
Австралія	3,35	3,83	-	4,11	4,22
Франція	4,62	-	5,35	6,00	5,06
Данія	5,00	-	7,64	8,38	-
Сінгапур		-	-	6,04	-
США	4,02	-	5,29	-	-
Уругвай	-	-	2,96	-	-
Бельгія	3,94	3,39	-	-	4,76
Литва	3,77		-	-	-
ОАЕ	1,26		-	-	-
Ірландія	4,32	3,55	-	-	-
Німеччина	3,85	-	-	-	-
Польща	3,94	-	-	-	-
Фінляндія	3,25	-	-	-	-
Аргентина	3,50	-	-	-	-
Нідерланди	3,92	3,29	-	-	-
Італія	3,15	-	-	-	-
Швейцарія	-	3,58	-	-	-
Португалія	-	3,29	-	-	-

Джерело : розраховано автором на основі даних UN Comtrade / Internation Trade in Goods based on UN Comtrade data [8]

Також досить важливим напрямком українського експорту молокопродуктів є реалізація сирів усіх видів. Провівши дослідження світового імпорту сирів, слід відмітити, що найбільш перспективними країнами для нарощення українського продовольчого експорту є Японія, Саудівська Аравія, Мексика, Канада, Китай (Гонконг), Малайзія, Філіппіни та Сінгапур. Зокрема, слід відмітити, що найвищі середні ціни були зафіксовані на ринках Канади (9,36 дол. США/кг), Китаю (Гонконг) (6,27 дол. США/кг), Сінгапуру (6,07 дол. США/кг) та Малайзії (4,64 дол. США/кг). Найвища ціна на китайському ринку була зафіксована на сири терті усіх сортів (код УКТЗЕД 040620) на рівні 8,70 дол. США/кг. Також на даний вид сирів серед перспективних країн була зафіксована вища ціна лише в Японії на рівні 8,71 дол. США/кг. Третє місце за рівнем цін на даний вид продукції серед перспективних країн належить Канаді, яка імпортувала у попередньому році сири плавлені, крім тертих, або в порошок за найвищою середньою ціною на рівні 7,95 дол. США/кг. Також досить високі імпортні ціни на даний вид сирів були зафіксовані у Китаї (Гонконг) на рівні 6,70 дол. США/кг та Сінгапурі (5,81 дол. США/кг). Слід зауважити, що рівень поставок дуже залежить від географічного розташування імпортерів та експортерів. Адже, більше половини імпорту сирів до Японії забезпечується Тихоокеанськими країнами. На ринку Саудівської Аравії основними постачальниками даної продукції є європейські країни. Лівова частка імпорту до даної країни забезпечується датським виробництвом (21,3 %). Саме ця країна може стати однією із найцікавіших і найперспективніших для українських експортерів. Більше трьох четвертих мексиканського імпорту сирів забезпечується виробництвом США, що створюватиме певні перепони для українських експортерів, проте, зважаючи на те, що ціни на аналогічну продукцію українського виробництва нижчі на 25,4 %, за умов формування конкурентних стратегій у збутовій діяльності можна реалізувати вітчизняну продукцію та підвищити рівень виробництва.

Автором була сформована матриця середніх цін на ринках найбільших імпортерів сиру у 2015 році (табл. 3), де ціни варіювали від 3,06 дол. США/кг на ринку Саудівської Аравії до 14,10 дол. США/кг при здійсненні поставок Швейцарією до Японії. Також за досить високими цінами імпортувались сири всіх видів до Канади, ціна на які не опускалась нижче 7,73 дол. США/кг. Слід відмітити, що Україна в умовах перенаправлення експортних потоків найбільше поставила сирів усіх видів до Казахстану за середньою ціною 3,91 дол. США/кг, що на 5,45 дол. США/кг менше, ніж на канадському ринку. Саме

тому, Україні слід перенаправляти експортні потоки для підвищення ефективності збутової діяльності сільськогосподарських підприємств.

**Таблиця 3**  
**Матриця середніх цін найбільших імпортерів сиру у 2015 році, дол. США/кг**

Країни експортери	Японія	Саудівська Аравія	Мексика	Канада	Китай (Гонконг)	Малайзія	Філіппіни	Сінгапур
Австралія	3,73	4,74	-	-	5,56	4,67	3,23	5,39
Нова Зеландія	3,89	3,89	3,16	-	5,12	4,14	3,96	5,63
США	4,76	4,61	4,33	8,11	5,91	-	3,69	6,43
Італія	8,63	-	-	9,89	8,79	-	-	9,66
Франція	6,93	5,24	-	10,91	6,40	-	-	8,66
Нідерланди	3,28	6,82	4,30	7,73	-	-	-	-
Данія	4,77	3,42	-	9,81	-	-	-	-
Німеччина	3,30	3,96	3,65	-	-	-	-	-
Аргентина	3,66	-	-	-	-	-	-	-
Ірландія	3,92	3,81	-	-	-	-	-	-
Швейцарія	14,10	-	-	12,81	-	-	-	-
Бельгія	3,82	-	-	-	-	-	-	-
Бахрейн	-	7,87	-	-	-	-	-	-
Єгипет	-	3,29	-	-	-	-	-	-
Польща	-	4,94	-	-	-	-	-	-
Угорщина	-	3,27	-	-	-	-	-	-
Великобританія	-	3,06	-	10,94	-	-	-	-
Кіпр	-	6,47	-	-	-	-	-	-
Туреччина	-	4,30	-	-	-	-	-	-
Чехія	-	4,68	-	-	-	-	-	-
Канада	-	4,42	-	-	-	-	-	-
Уругвай	-	-	-	-	-	-	-	-
Чилі	-	-	4,09	-	-	-	-	-
Норвегія	-	-	-	7,83	-	-	-	-
Малайзія	-	-	-	-	6,49	-	-	-

Джерело : розраховано автором на основі даних UN Comtrade / Internation Trade in Goods based on UN Comtrade data [8]

Одним із найперспективніших напрямів українського експорту є реалізація курятини, завдяки короткому виробничому циклу та низьким витратам на виробництво продукції, що дозволяє підтримувати високу ліквідність підприємства та оперативно реінвестувати прибутки для розширення виробництва.

На основі аналізу світових ринків м'яса курки нами була сформована матриця цін на ринках найбільших імпортерів курятини у світі у 2015 році (табл. 4). Найбільшими імпортерами у світі даної продукції є Саудівська Аравія, Японія, Китай (Гонконг), Мексика, Канада, ПАР, Сінгапур, Філіппіни, Малайзія. На даних ринках у минулому році ціни варіювали від 0,58 дол. США/кг на ринку ПАР до 14,78 дол. США/кг при імпорті даної продукції Японією з Франції на суму 32,1 млн. дол. США.

В умовах підвищення споживання та зростання цін на курятину для українських експортерів найбільш вигідними є ринки Японії (2,57 дол. США/кг), Канади (2,64 дол. США/кг), Саудівської Аравії (2,06 дол. США/кг) та Сінгапуру (2,06 дол. США/кг).

Україна є одним із вагомих експортерів курятини на світовому ринку, постачаючи 161,3 тис. т даної продукції. Проте, зважаючи на те, що четверта частина даної продукції експортується в Ірак за середньою ціною 1,43 дол. США/кг, українські експортери втрачають велику частину маржинального доходу на рівні 0,65-1,16 дол. США/кг.

Саме тому основним завданням при формуванні конкурентних стратегій є розширення експорту даного виду продукції та переорієнтація на ринки з вищими цінами.

Таблиця 4

Матриця цін на ринках найбільших імпортерів курятини у світі у 2015 році, дол. США/кг

Країни експортери	Саудівська Аравія	Японія	Китай (Гонконг)	Мексика	Канада	ПАР	Сінгапур	Філіппіни	Малайзія
Бразилія	2,08	2,40	1,56	2,38	3,04	0,58	2,35	0,94	-
Франція	2,01	14,78	3,01	-	-	1,15	-	-	-
Аргентина	1,91	-	1,12	-	-	0,66	1,68	-	-
США	1,21	1,99	1,51	1,10	2,58	-	1,13	1,06	-
ОАЕ	3,32	-	-	-	-	-	-	-	-
Таїланд	-	2,94	3,39	-	-	-	-	-	2,01
Угорщина	-	11,18	-	-	3,00	-	-	-	-
Філіппіни	-	3,83	-	-	-	-	-	-	-
Китай	-	-	2,12	-	-	-	-	-	2,21
Польща	-	-	1,77	-	-	-	-	-	-
Великобританія	-	-	1,54	-	-	1,05	-	1,07	-
Туреччина	-	-	1,08	-	-	-	-	-	-
Японія	-	-	1,75	-	-	-	-	-	-
Канада	-	-	1,60	-	-	-	-	1,01	-
Нідерланди	-	-	1,78	-	-	0,98	-	1,01	-
Німеччина	-	-	1,63	-	-	-	-	-	-
Угорщина	-	-	3,33	-	-	0,76	-	-	-
Австралія	-	-	2,82	-	-	-	-	1,02	-
Чилі	-	-	-	4,27	-	-	-	-	-
Бельгія	-	-	-	-	-	1,30	-	1,13	-
Іспанія	-	-	-	-	-	1,01	-	-	-
Ірландія	-	-	-	-	-	0,78	-	-	-
Данія	-	-	-	-	-	1,06	-	-	-
Малайзія	-	-	-	-	-	-	2,02	-	-

Джерело : розраховано автором на основі даних UN Comtrade / Internation Trade in Goods based on UN Comtrade data [8]

Також іншою важливою галуззю є реалізація меду на світові ринки, яка забезпечила експортну виручку у минулому році на рівні 83,9 млн. дол. США. При цьому середня ціна українського меду на міжнародному ринку становила 2,33 дол. США/кг, а імпортні поставки даної продукції в переважній більшості з Європи до нашої країни здійснювались у минулому році за середньою ціною у 5,88 дол. США/кг. Саме тому необхідно провести аналіз найбільших імпортерів меду і визначити найбільш оптимальні для нашої країни. Для цього нами було обраховано середні ціни на ринках найбільших імпортерів меду у світі у 2015 році (табл. 5).

Таблиця 5

Матриця цін на ринках найбільших імпортерів меду у світі у 2015 році, дол. США/кг

Країни-експортери меду	США	Німеччина	Франція	Велика Британія	Японія	Італія	Саудівська Аравія	Іспанія
1	2	3	4	5	6	7	8	9
Індія	3,27	-	-	-	-	-	-	-
В'єтнам	2,86	-	-	-	-	-	-	-
Аргентина	3,85	3,66	-	-	4,24	-	-	-
Бразилія	3,86	-	-	-	-	-	-	-
Україна	3,34	2,53	1,00	-	-	-	-	-

продовження табл. 5

1	2	3	4	5	6	7	8	9
Канада	4,26	-	-	-	5,03	-	-	-
Тайланд	2,68	-	-	-	-	-	-	-
Уругвай	3,40	-	-	-	-	-	-	-
Мексика	3,94	3,75	-	3,55	-	-	3,75	-
Нова Зеландія	9,58	-	-	-	-	-	-	-
Туреччина	3,28	-	-	-	-	-	-	-
Чилі	-	4,10	-	-	-	-	-	-
Румунія	-	4,15	-	-	-	4,47	-	-
Угорщина	-	4,21	-	-	7,00	4,31	-	-
Болгарія	-	3,93	-	-	-	-	-	-
Іспанія	-	4,72	1,00	-	-	3,01	-	-
Китай	-	2,16	1,00	1,53	2,15	1,75	-	1,71
Італія	-	-	-	-	-	-	-	-
Куба	-	3,27	-	-	-	-	-	-
Нова Зеландія	-	39,03	-	-	-	-	-	-
Уругвай	-	3,51	-	-	-	-	-	-
Німеччина	-	-	1,00	4,86	-	-	8,91	4,44
Бельгія	-	-	-	6,34	-	-	-	-
Пакистан	-	-	-	-	-	-	2,70	-

Джерело : розраховано автором на основі даних UN Comtrade / Internation Trade in Goods based on UN Comtrade data [8]

Також одним із пріоритетних напрямків тваринництва нашої країни може стати експорт курячих яєць. У минулому році найбільшими імпортерами даної продукції були Німеччина, Китай (Гонконг), Мексика, Канада, Сінгапур, Саудівська Аравія, Туреччина, Еквадор. На основі даних ФАО, нами було розраховано середні ціни курячих яєць в перерахунку за 1 кг на ринках найбільших імпортерів у світі у 2015 році (табл. 6).

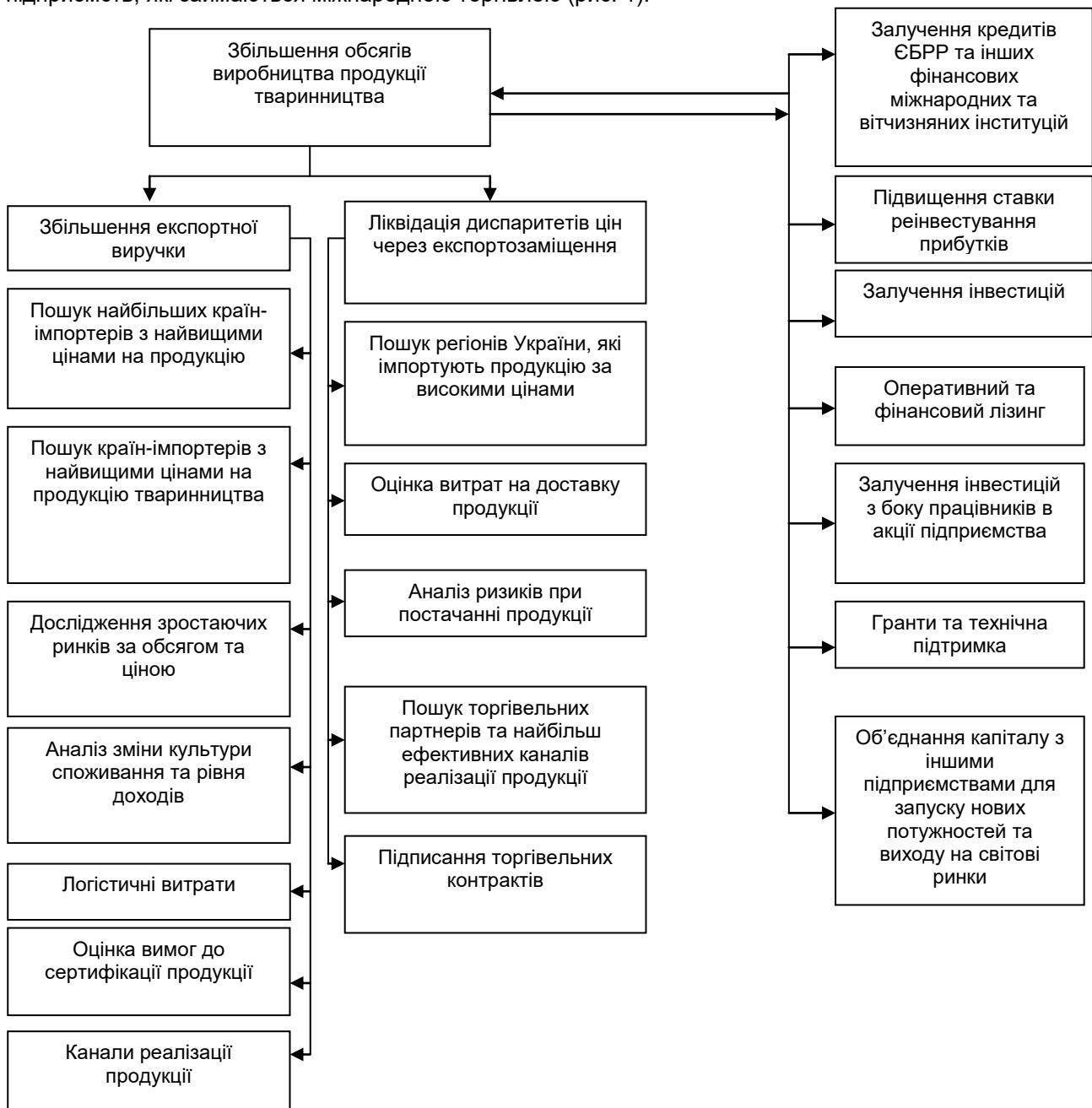
Таблиця 6

Матриця цін на ринках найбільших імпортерів яєць курячих у 2015 році, дол. США/кг

Країни експортери	Німеччина	Китай (Гонконг)	Мексика	Канада	Сінгапур	Саудівська Аравія	Туреччина	Еквадор
Нідерланди	1,52	-	-	-	-	6,16	-	-
Польща	1,28	-	-	-	-	-	-	-
Бельгія	1,18	-	-	-	-	-	-	-
Франція	2,93	-	-	-	-	-	-	-
Великобританія	11,62	-	-	-	-	7,25	13,31	-
Данія	-	-	-	-	-	-	-	-
США	10,32	1,43	3,20	1,83	-	-	-	-
Китай	-	1,42	-	-	3,48	-	-	-
Таїланд	-	1,43	-	-	-	-	-	-
Малайзія	-	1,43	-	-	1,38	-	-	-
Японія	-	1,43	-	-	-	-	-	-
Індія	-	-	-	-	-	4,17	-	-
Туреччина	-	-	-	-	-	2,54	-	-
Бразилія	-	-	-	-	-	5,02	-	-
Пакистан	-	-	-	-	-	5,33	-	-
Іспанія	-	-	-	-	-	5,80	-	-
Перу	-	-	-	-	-	-	-	4,60

Джерело : розраховано автором на основі даних UN Comtrade / Internation Trade in Goods based on UN Comtrade data [8]

Слід відмітити, що найнижча ціна з-поміж перспективних країн для експорту української продукції була зафіксована на ринку Німеччини на рівні 1,18 дол. США/кг та найвища – на ринку Туреччини, куди здійснювала свої поставки Великобританія. Також необхідно зазначити, що найвищі середні ціни при імпорті яєць курячих були зафіксовані на ринках Туреччини, Еквадору, Саудівської Аравії та Мексики, які є найбільш перспективними ринками для українських експортерів. В даний час Україна є не лише провідним експортером курятини до Іраку, а й курячих яєць, імпорт яких у даній країні був на рівні 470,7 млн. шт. у 2015 році, де середня ціна становила 1,31 дол. США/кг. Також слід відмітити, що Україна експортувала у 3,4 рази дешевше власну продукцію, ніж імпорту, що призвело до гострого торговельного дисбалансу. Важливим фактом є те, що відношення імпорту до вітчизняного експорту становило 16,9 %, що є реальним для заміщення та економії валютних ресурсів. Зважаючи на вищевказане, українським експортерам продукції тваринництва слід врахувати ряд умов при формуванні конкурентних стратегій у збутовій діяльності сільськогосподарських підприємств, які можна буде найбільш ефективно реалізувати за підтримки державного регулювання у сфері АПК. Для цього розглянемо основні завдання при підготовці конкурентних стратегій для сільськогосподарських підприємств, які займаються міжнародною торгівлею (рис. 1).



**Рис. 1. Основні завдання при підготовці конкурентних стратегій для сільськогосподарських підприємств, які займаються міжнародною торгівлею**  
Джерело: авторська розробка

Одним із основних завдань підприємств при формуванні конкурентних стратегій є знаходження «власного шляху» для підвищення їх економічної ефективності. Двома основними напрямками, які можуть дозволити підвищити прибутковість підприємств, є: переорієнтація експортних поставок на ринки найбільших імпортерів продукції тваринництва з найвищими цінами, використовуючи при цьому агресивну маркетингову стратегію, та імпортозаміщення за умов вищих цін імпортерів.

На основі аналізу світової кон'юнктури на ринках продукції тваринного походження нами розрахований можливий економічний ефект від перенаправлення експортних потоків у 2015 році (табл. 7).

Таблиця 7

**Можливий економічний ефект від перенаправлення експортних потоків у 2015 році, тис. дол. США**

Продукція	Додаткова експортна виручка від перенаправлення товарного потоку на більш прибуткові зовнішні ринки	Додаткова виручка від перенаправлення експортного потоку на внутрішній ринок
Масло вершкове, дол. США/кг	8450,8	7934,0
Сири, дол. США/кг	5793,1	3653,9
М'ясо куряче, дол. США/кг	43774,3	-
Мед	18508,4	-
Яйця курячі	29425,0	24407,4
Всього	105951,6	35995,4

*Джерело : розраховано автором на основі даних UN Comtrade / Internation Trade in Goods based on UN Comtrade data ma State Statistics Service of Ukraine [8; 9]*

Даний механізм дозволить позбавитись від неефективних експортних каналів реалізації продукції та зберегти експортну виручку нашої країни. Диверсифікація постачань дозволить максимально оптимізувати логістичні потоки сільськогосподарської продукції та підвищити економічну ефективність сільськогосподарського виробництва.

**Висновки з проведеного дослідження.** В умовах економічного спаду агросектор залишається єдиною галуззю економіки, яка забезпечує стабільні валютні надходження в Україну. Незважаючи на ряд негативних факторів, які пригальмовують розвиток агропромислового комплексу, він зростає і забезпечує мільйони робочих місць для нашої країни. Для підвищення економічної ефективності перед агропідприємствами в жорстких ринкових умовах стоїть ряд викликів, які необхідно подолати. Тому, одним із важливих завдань є знаходження можливих резервів для підвищення ефективності збутової діяльності сільськогосподарських підприємств.

Автором запропоновано два можливих варіанти підвищення прибутковості українських експортерів: перенаправлення експортних потоків на найбільші перспективні ринки з найвищими цінами та імпортозаміщення за умов вищого рівня цін на продукцію тваринного походження іноземного виробництва. На основі даних міжнародної служби статистики автором було розраховано втрачену економічну вигоду у минулому році від запропонованих заходів, яка становила 141,9 млн дол. США або 3,5 млрд. грн.

Відповідно до вищесказаного, агропідприємствам необхідно використовувати стратегію диверсифікації, яка може забезпечити вищий рівень прибутковості та знизити рівень ризику. Для підвищення конкурентоспроможності та збільшення обсягів виробництва і продажу пропонується підприємствам-експортерам переорієнтуватись на зовнішні та внутрішні ринки з вищою ціною, що створить передумови для збільшення реінвестування прибутків у виробництво сільськогосподарської продукції з метою подальшого її експорту у майбутньому.

**Бібліографічний список**

1. Journal of Management Inquiry: офіційний сайт [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://jmi.sagepub.com/content/16/3/256.short?rss=1&ssource=mfr>.
2. Балабанова Л.В. Маркетингове управління конкурентоспроможністю підприємств: стратегічний підхід : [монографія] / Л.В. Балабанова. – Донецьк : ДонДУЕТ, 2006. – 294 с.
3. Томпсон А.А. Стратегический менеджмент: концепции и ситуации для анализа / А.А. Томпсон, А.Дж. Стрикленд ; [пер. с англ.]. – [12-е издание]. – М. : Издательский дом «Вильямс», 2006. – 164 с.
4. Котлер Ф. Основы маркетинга: профессиональное издание / Филип Котлер, Гари Армстронг ; [пер. с англ.]. – М. ; СПб., К. : Вильямс, 2009. – 1067 с.
5. Ансофф И. Новая корпоративная стратегия / И. Ансофф. – СПб. : Питер, 1999. – 416 с.



6. Саблук П.Т. Основні напрями розвитку високоефективного агропромислового виробництва в Україні / П.Т. Саблук // Економіка АПК. – 2002. – № 7. – С. 3-13.
7. Food and Agriculture Organization of the United Nations: офіційний сайт [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.fao.org/home/en>.
8. UN Comtrade / Internation Trade in Goods based on UN Comtrade data: офіційний сайт [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://comtrade.un.org>.
9. Державна служба статистики України: офіційний сайт [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>.

#### References

1. *Journal of Management Inquiry: ofitsiyni sait* [Journal of Management Inquiry: official site], available at: <http://jmi.sagepub.com/content/16/3/256.short?rss=1&ssource=mfr> (access date May 29, 2016).
2. Balabanova, L.V. (2006), *Marketynhove upravlinnia konkurentospromozhnosti pidpriemstva: stratehichnyi pidkhid* [The marketing management of competitiveness of enterprises: strategic approach], monograph, DonDUET, Donetsk, Ukraine, 294 p.
3. Thompson, A.A. and Strikland, A.Dzh. (2006), *Strategicheskiiy menedzhment: kontseptsiiia i situatsii dlia analiza* [Strategic management: concept and situation analysis], Izdatelskiy dom "Villiams", Moscow, Russia, 164 p.
4. Kotler, F. and Armstrong, G. (2009), *Osnovy marketinga: professionalnoe izdanie* [Principles of Marketing: Professional edition], Villiams, Moscow, St.-Peterburg, Russia, Kiev, Ukraine, 1067 p.
5. Ansoff, I. (1999), *Novaia korporativnaia strategiia* [The new corporate strategy], Piter, St.-Peterburg, Russia, 416 p.
6. Sabluk, P.T. (2002), "The main directions of development of highly efficient agricultural production in Ukraine", *Ekonomika APK*, no. 7, pp. 3-13.
7. *Food and Agriculture Organization of the United Nations: ofitsiyni sait* [Food and Agriculture Organization of the United Nations: official site], available at: <http://www.fao.org/home/en> (access date May 29, 2016).
8. *UN Comtrade / Internation Trade in Goods based on UN Comtrade data: ofitsiyni sait* [UN Comtrade / Internation Trade in Goods based on UN Comtrade data: official site], available at: <http://comtrade.un.org> (access date May 29, 2016).
9. *Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy: ofitsiyni sait* [State Statistics Service of Ukraine: official site], available at: <http://www.ukrstat.gov.ua> (access date May 29, 2016).

#### **Богачик П.П. ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ЗБУТОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ-ЕКСПОРТЕРІВ ПРИ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОДУКЦІЇ ТВАРИННИЦТВА**

**Мета** – проведення аналізу міжнародних ринків, де здійснюється реалізація продукції тваринництва, та розробка практичних рекомендацій щодо формування конкурентних стратегій у збутовій діяльності та підвищення ефективності реалізації підприємств-експортерів.

**Методика дослідження.** При проведенні досліджень було використано ряд методів: аналіз – при дослідженні поставок країн-експортерів до перспективних країн; синтез – при вивченні загальних поставок до перспективних країн з боку країн-експортерів; індукція та дедукція – при аналізі загальних середніх цін імпортних поставок до перспективних країн та середніх цін за контрактами між кожною країною-експортером та країною, яка є перспективним ринком збуту сільськогосподарської продукції; порівняння – при порівнянні цін на різних ринках на аналогічну продукцію; економетричні методи (аналіз часових рядів) – при прогнозуванні обсягів реалізації та виробництва продукції.

**Результати.** Провівши дослідження світових ринків сільськогосподарської продукції, було виявлено найбільш прибуткові для реалізації продукції тваринництва українськими підприємствами-експортерами та обрахована додаткова виручка при вході на них, а також при перенаправленні експортних потоків на внутрішній ринок за умов вищих цін на імпортну продукцію.

**Наукова новизна.** На основі проведеного аналізу вітчизняного та світових ринків сільськогосподарської продукції були сформовані цінні матриці найбільш сприятливих ринків. Після проведення необхідної вибірки за найвищими цінами на агропродукцію серед перспективних країн було обраховано додаткову експортну виручку від можливих поставок сільськогосподарської продукції тваринного походження на зовнішні ринки та перенаправлення експортних потоків на внутрішній.

**Практична значущість.** Результати дослідження можна використати при розробці конкурентних стратегій та направлення товарних потоків на більш прибуткові ринки українськими експортерами.

**Ключові слова:** збутова діяльність, ефективність, підприємства-експортери, продукція тваринництва, експортна виручка, ціна, конкурентна стратегія.

#### **Bohachuk P.P. WAYS TO INCREASE MARKETING EFFICIENCY OF ENTERPRISES-EXPORTERS IN THE PROCESS OF SALES OF ANIMAL PRODUCTS**

**Purpose** – to carrying-out of an analysis the international markets, where exercise the sales activity of animal products and develop practical recommendations to formation competitive strategies in sale activities and improve the effectiveness of marketing of enterprise-exporters.

**Methodology of research.** In the research process the following methods were used: analysis – to study the delivery of countries-exporters to advanced countries: synthesis – to study general delivery to advanced countries from the countries- exporters: induction and deduction – to analyses the general average prices of imports to the advanced countries and the average price the contracts between each country- exporters and with the country, which is a advanced market for agricultural products; comparison – to compare the prices on different markets for similar products; methods of econometric (time series analysis) – for forecasting the sales volumes and production.

**Findings.** As a result of the research of world agricultural markets the most profitable ones for sale of animal products by Ukrainian enterprises-exporters have been identified and additional revenue has been calculated at both entering them, and at relaying of export flow to internal market under the conditions of increasing prices on imported products.

**Originality.** On the base of the analysis of domestic and international agricultural markets there have been formed price matrixes of the most favorable markets. After making of necessary selection of the highest prices for agricultural products in advanced countries, both additional export revenue from possible supply of agricultural animal products to foreign markets and the additional value of relaying the flow of exports to internal market have been calculated.

**Practical value.** The research results can be used for development of competitive strategies and directing of trade flows of Ukrainian exporters to more profitable markets

**Key words:** sales activity, enterprises-exporters, livestock products, export revenue, price, competitive strategy.

### **Богачик П.П. ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ СБЫТОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ-ЭКСПОРТЕРОВ ПРИ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОДУКЦИИ ЖИВОТНОВОДСТВА**

**Цель** – проведение анализа международных рынков, где осуществляется реализация продукции животноводства и разработка практических рекомендаций по формированию конкурентных стратегий в сбытовой деятельности и повышения эффективности реализации предприятий-экспортеров.

**Методика исследования.** При проведении исследований были использованы ряд методов: анализ – при исследовании поставок стран-экспортеров в перспективные страны; синтез – при изучении общих поставок в перспективные страны со стороны стран-экспортеров; индукция и дедукция – при анализе общих средних цен импортных поставок в перспективные страны и средних цен по контрактам между каждой страной-экспортером и страной, которая является перспективным рынком сбыта сельскохозяйственной продукции; сравнения – при сравнении цен на различных рынках на аналогичную продукцию; эконометрические методы (анализ временных рядов) – при прогнозировании объемов реализации и производства продукции.

**Результаты.** Проведя исследования мировых рынков сельскохозяйственной продукции, было выявлено наиболее прибыльные для реализации продукции животноводства украинскими предприятиями-экспортерами и рассчитана дополнительная экспортная выручка при выходе на них, а также при перенаправлении экспортных потоков на внутренний рынок в условиях высоких цен на импортную продукцию.

**Научная новизна.** На основе проведенного анализа отечественного и мировых рынков сельскохозяйственной продукции были сформированы ценовые матрицы наиболее благоприятных рынков. После проведения необходимой выборки по самым высоким ценам на агропродукцию среди перспективных стран была подсчитана дополнительная экспортная выручка от возможных поставок сельскохозяйственной продукции животноводства на внешние рынки и перенаправления экспортных потоков на внутренний.

**Практическая значимость.** Результаты исследования можно использовать при разработке конкурентных стратегий и направлении товарных потоков на более прибыльные рынки украинскими экспортерами.

**Ключевые слова:** сбытовая деятельность, предприятия-экспортеры, продукция животноводства, экспортная выручка, цена, конкурентная стратегия.