

стимулювання розвитку експорту через формування кластерів і особливих експортних зон, а також створення різних інституційних утворень, наприклад, шляхом заснування інвестиційних агенцій, органів, що сприяють експорту, технологічних інновацій тощо. При цьому важливо, щоб всі вони були елементами єдиної політики, а не окремими заходами, оскільки за таких умов ефективність їх функціонування буде низькою.

Перспективою подальших досліджень є аналіз конкурентоспроможності українського експорту із зміною факторів впливу на нього.

Література

1. Hummels D. (1999). Toward a Geography of Trade Costs, GTAP Working Papers 1162, Center for Global Trade Analysis, Department of Agricultural Economics, Purdue University. [Electronic resource]. – Access: <https://www.gtap.agecon.purdue.edu/resources/download/2876.pdf>.
2. Joseph Francois, Miriam Manchin. Institutions, Infrastructure and Trade. [Electronic resource]. – Access: <http://elibrary.worldbank.org/doi/pdf/10.1596/1813-9450-4152>.
3. Limao N., Venables A. `Infra structure, Geographical Disadvantage, Transport Costs, and Trade / N. Limao, A. Venables. – Oxford Journals Social Sciences World Bank Economic Review Volume 15, Issue 3 Pp. 451–479.
4. World Bank Group. Economy Rankings [Electronic resource]. – Access: <http://www.doingbusiness.org/rankings>.

Стаття надійшла до редакції 6.10.2015

УДК 339.54

Сендецька С. В., к.е.н., доц. (E-mail: sveta.s@meta.ua)[©]

Львівський національний університет ветеринарної медицини та біотехнологій імені С. З. Гжицького

ДОСЛІДЖЕННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПРОДУКЦІЇ ПТАХІВНИЦТВА НА МІЖНАРОДНОМУ РИНКУ НА ОСНОВІ ІНДЕКСУ БАЛАССА

У статті розглянуто теорію порівняльних переваг, яка припускає, що в основі конкурентоспроможності товарів на міжнародному ринку лежить співвідношення відносних галузевих витрат в різних країнах.

Описано індекс Баласса, як один з найбільш відомих методів виявлення порівняльних переваг країни. Розраховано індекс Баласса для продукції птахівництва і для товарів-замінників м'яса птиці – яловичини і свинини. Зроблено аналіз індексу Баласса для основних галузей тваринництва за 2000–2013 рр. Показано, що продукція птахівництва є конкурентоспроможною на міжнародному ринку. Інші види продукції тваринництва – яловичина і свинина – не володіють порівняльною перевагою, і відповідно є неконкурентоспроможні на зовнішньому ринку. Зроблені пропозиції по зміцненню конкурентних позицій птахівництва на внутрішньому і зовнішньому ринках.

Висновки і рекомендації, обґрунтовані у науковій статті, сприятимуть підвищенню конкурентоспроможності птахівничої галузі на міжнародному ринку.

Ключові слова: конкурентоспроможність, теорія порівняльних переваг, зовнішній ринок, птахівництво, яйця, м'ясо птиці, яловичина, свинина, індекс Баласса.

УДК 339.54

Сендецкая С. В., к.э.н., доц.*Львовский национальный университет ветеринарной медицины и биотехнологий
имени С. З. Гжицкого***ИССЛЕДОВАНИЯ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ
ПРОДУКЦИИ ПТИЦЕВОДСТВА НА МЕЖДУНАРОДНОМ РЫНКЕ НА
ОСНОВЕ ИНДЕКСА БАЛАССА**

В статье рассмотрено теорию сравнительных преимуществ, которая предполагает, что в основе конкурентоспособности товаров на международном рынке лежит соотношение относительных отраслевых расходов в разных странах.

Описаны индекс Баласса, как один из самых известных методов выявления сравнительных преимуществ страны. Рассчитано индекс Баласса для продукции птицеводства и для товаров-заменителей мяса птицы – говядины и свинины. Сделан анализ индекса Баласса для основных отраслей животноводства за 2000-2013 гг. Показано, что продукция птицеводства является конкурентоспособной на международном рынке. Другие виды продукции животноводства – говядина и свинина – не обладают сравнительным преимуществом, и соответственно есть неконкурентоспособны на внешнем рынке. Сделанные предложения по укреплению конкурентных позиций птицеводства на внутреннем и внешнем рынках.

Выводы и рекомендации, обоснованные в научной статье, будут способствовать повышению конкурентоспособности птицеводческой отрасли на международном рынке.

Ключевые слова: конкурентоспособность, теория сравнительных преимуществ, внешний рынок, птицеводство, яйца, мясо птицы, говядина, свинина, индекс Баласса.

UDC 339.54

Sendetska S., PhD in Economics, docent (sveta.s@meta.ua)*Lviv National University of The Veterinary Medicine And Biotechnologies
named after S. Z. Gzhytskyj***RESEARCH OF THE POULTRY PRODUCTS COMPETITIVE
ADVANTAGES IN THE INTERNATIONAL MARKET BASED ON THE
BALASSA INDEX**

The theory of comparative advantage is reviewed in this article. According to this theory the basis of competitive products in the international market is the relative value of industry costs in different countries.

Balassa index is described as one of the best known method for detecting of comparative advantages for the country. Balassa index is calculated for the poultry products and substitute products of poultry meat such as beef and pork. Balassa index is analyzed for the major livestock industries between the years 2000–2013. It is showed that poultry products are competitive in the international market. Other animal products such as beef and pork do not have a comparative advantage and therefore are not competitive in the international market. Some proposals are made relatively to strengthening of competitive position of the poultry in the domestic and foreign markets.

Conclusions and recommendations that are grounded in scientific article may promote the competitiveness of poultry industry in the international market.

Key words: competitiveness, the theory of comparative advantage, foreign markets, aviculture, eggs, poultry, beef, pork, index Balassa.

Вступ. Дослідження конкурентоспроможності продукції аграрного сектору економіки України є одним з найбільш актуальних у зв'язку із зниження торговельних бар'єрів, загострення конкуренції як на внутрішньому, так і на світових продовольчих ринках.

Матеріали і методи. В даному дослідженні застосовувалися загальнонаукові, маркетингові та графічні методи дослідження, дані статистичної звітності, Інтернет-ресурси.

Результати дослідження. Конкурентоспроможність сільськогосподарського виробництва повинна ґрунтуватися на конкурентних перевагах, якими володіють окремі галузі аграрного виробництва в Україні. Розвиток зовнішньоторговельних зв'язків повинен бути підпорядкований завданню ефективного використання ресурсного потенціалу вітчизняної аграрної економіки. Саме це дозволить нашій країні використовувати можливості міжнародного обміну для забезпечення зростання економічного добробуту в довготерміновому періоді.

Теорія порівняльних переваг припускає, що в основі конкурентоспроможності товарів лежить співвідношення відносних галузевих витрат в різних країнах. У відповідності до теорії співвідношення факторів виробництва, основою конкурентоспроможності є висока забезпеченість країн факторами виробництва [2]. Національна економіка володітиме порівняльною перевагою у виробництві таких товарів, виробництво яких вимагає відносно великої кількості того ресурсу, який є в надлишку.

Одним з найбільш відомих методів виявлення порівняльних переваг країни є індекс Баласса (Balassa індекс) [3]. Індекс дорівнює відношенню питомої ваги експорту товару j з країни i до питомої ваги експорту товару j у світовому експорті і розраховується за формулою [3]:

$$RCA = \frac{\left(\frac{x_{ij}}{\sum_j x_{ij}} \right)}{\left(\frac{\sum_i x_{ij}}{\sum_i \sum_j x_{ij}} \right)},$$

де X – експорт,

i – досліджувана країна;

j – товар (або галузь економіки);

$\sum_i x_{ij}$ – сукупний експорт товару j зі всіх країн;

$\sum_j x_{ij}$ – сукупний експорт країни i до всіх країн;

$\sum_i \sum_j x_{ij}$ – світовий експорт.

Запропонований індекс має назву коефіцієнта «виявленої порівняльної переваги» (Revealed comparative advantage – RCA), так як розрахунок проводиться на основі вже наявних даних про експорт товарів даної країни або групи країн.

Індекс Баласса сьогодні широко застосовується при розрахунку виявленої порівняльної переваги. Країна володіє порівняльною перевагою при $RCA > 1$. В іншому випадку ($RCA < 1$) вважається, що вона не має реалізованих переваг у виробництві та експорті товарів певної групи, а галузь, яка їх виробляє, не є конкурентоспроможною. Ми розрахували RCA для продукції птахівництва і для товарів-замінників м'яса птиці – яловичини і свинини (див. рис. 1).

За даними рисунку продукція птахівництва – яйця та м'ясо птиці – має порівняльну перевагу і є конкурентоспроможною на міжнародному ринку. Для яєць та яйцепродуктів *RCA* стало більшим за одиницю з 2007 року, є порівняно високим (6,32) і має тенденцію до зростання. Для м'яса птиці коефіцієнт *RCA* > 1 став лише з 2012 р., коли Україна вийшла на ринок Євросоюзу, і має також тенденцію до зростання. Інші види продукції тваринництва – яловичина і свинина не володіють порівняльною перевагою, і відповідно є неконкурентоспроможні на зовнішньому ринку.

Для розширення виробництва продукції птахівництва та зміцнення конкурентних позицій галузі необхідно налагодити роботу племінних птахівничих підприємств, які б забезпечили потреби вітчизняних підприємств та господарств населення якісним молодняком сільськогосподарської птиці за прийнятними цінами. Племінне птахівництво поки що залишається вразливим місцем галузі, і без державної підтримки йому складно буде вийти на належний рівень функціонування.

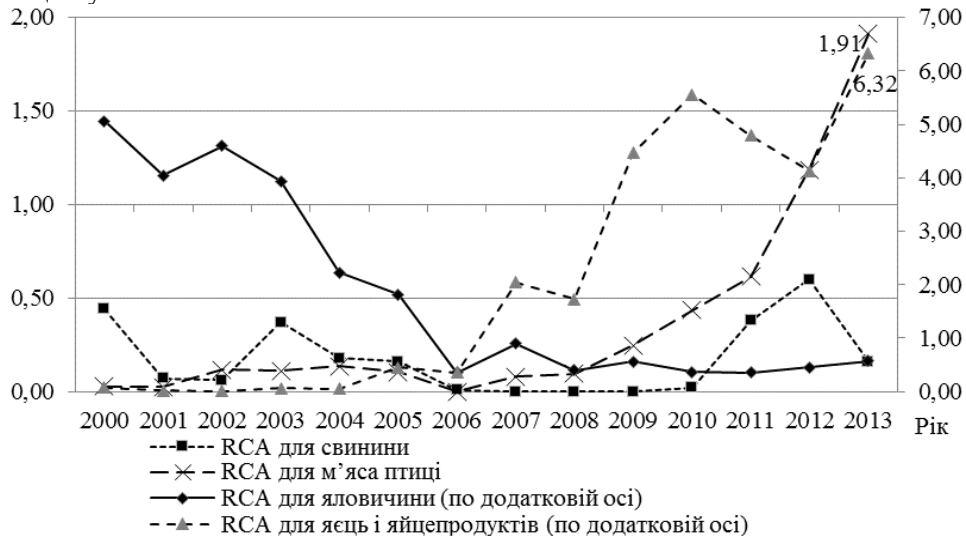


Рис. 1. Індекс Баласса для продукції птахівництва, яловичини і свинини.

Джерело: за даними Державної служби статистики України, UNCTAD, USDA.

Основними заходами, спрямованими на підвищення конкурентоспроможності вітчизняної продукції та її частки на зовнішньому ринку, є експортні субсидії, підвищення якості продукції і її відповідність міжнародним стандартам, формування і розвиток експортної інфраструктури. Важливими заходами в цьому аспекті може стати створення логістичного центру з питань птахівництва та сучасної сільськогосподарської торгової біржі, використання сучасних інформаційних технологій і глобальної комп'ютерної мережі, що дозволить об'єднати науковий потенціал галузі птахівництва, поліпшить трансфер технологій [1].

Висновки. Дослідження конкурентоспроможності є основою при прийнятті ефективних управлінських рішень для посилення ринкових позицій як на рівні підприємств, так і на державному рівні. Продукція птахівництва володіє конкурентними перевагами на міжнародному ринку на відміну від інших вітчизняних тваринницьких галузей і має тенденцію до зростання. Доцільно

здійснювати заходи для зміцнення конкурентних позицій галузі на зовнішньому і внутрішньому ринках.

Перспективи подальших досліджень. Дослідження конкурентоспроможності продукції птахівництва і чинників впливу на неї в міру зміни середовища функціонування галузі.

Література

1. Іщенко Ю. Б. Актуальні питання реформування галузі птахівництва в Україні та шляхи їх вирішення [Електронний ресурс] / Ю. Б. Іщенко. – Режим доступу : <http://market.avianua.com/?p=685>.

2. Пугель Т. А. Международная экономика : учебник [пер. англ.] / Т. А. Пугель, П. Х. Линдерт. – М.: Изд-во «Дело и сервис», 2003. – 800 с.

3. Balassa B. Trade Liberalisation and «Revealed» Comparative Advantage. Manchester / B. Balassa. – 1965. – Vol. 33. – p. 99–123.

Стаття надійшла до редакції 12.10.2015

УДК 631.11:637.11(477.83)

Сенів Р. В., асистент, к. е. н. (E-mail: senivrv@ukr.net)[©]

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

УДОСКОНАЛЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ У СФЕРІ ВИРОБНИЦТВА МОЛОКА

Досліджено сутність, основні принципи та завдання маркетингової діяльності в сучасних умовах. Розглянуто деякі аспекти удосконалення маркетингової діяльності підприємств з виробництва молока у Львівській області. Надано оцінку стану виробництва молока підприємствами аграрного сектору, проаналізовано маркетингову діяльність у підприємствах молоко продуктового напрямку, обґрунтовано ефективність та досліджено її вплив на систему збуту. Запропоновано напрями розвитку маркетингу молока продукції на державному та регіональному рівнях на снові партнерських взаємовідносин. Вдосконалено формування регіональної вертикальної маркетингової системи в основі якої є молочарська асоціація.

Ключові слова: молоко, маркетингова діяльність, інтенсифікація, концентрація, молочне скотарство, маркетингове забезпечення, виробництво молока, переробка молока, продовольча безпека.

УДК 631.11:637.11(477.83)

Сенів Р. В., к.э.н.

Львовский национальный университет ветеринарной медицины та биотехнологий им. С. З. Гжицкого, г. Львов

МАРКЕТИНГОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРОИЗВОДСТВА МОЛОКА СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫМИ ПРЕДПРИЯТИЯМИ ЛЬВОВЩИНЫ

Исследована суцність, основні принципи и задачи маркетинговой деятельности в современных условиях. Рассмотрены некоторые аспекты совершенствования маркетинговой деятельности предприятий по производству молока в Львовской области. Дана оценка состояния производства молока