

DOI 10.31558/2307-2318.2022.1.5**УДК 338.43:636.5****JEL: F14, M31****Савченко М. В.**

д.е.н., професор, завідувач кафедри міжнародних економічних відносин,
Донецький національний університет імені Василя Стуса
ORCID: 0000-0002-9063-3551
m_savchenko@donnu.edu.ua

Іванов В. М.

спеціаліст з виконання повітряних операцій Місії ООН в Південному Судані,
м. Малакал, П. Судан
ORCIDiD: 0000-0002-3006-6778
ivanovv@un.org

КОНКУРЕНТНИЙ АНАЛІЗ ЯК ІНСТРУМЕНТАРІЙ ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ ВИХОДУ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ НА СВІТОВИЙ РИНОК

У роботі обґрунтовано, що інформаційне забезпечення є невід'ємною частиною успішного функціонування агропромислового підприємства. Прийняття стратегічних маркетингових рішень базується на засадах вичерпної, актуальної та достовірної інформації, яку можливо сформулювати на основах конкурентного аналізу ринку.

Виробництво курятини у Україні є важливою та потужною складовою експортного потенціалу країни та вирізняється надзвичайно високою динамікою росту та конкурентністю. У роботі досліджено стан ринку курятини у світі, здійснено аналіз його виробництва, експорту, імпорту та споживання за останні роки за регіональною ознакою, розглянуто світові тенденції його розвитку та ключові показники розвитку ринку курятини в Україні. За результатами аналізу, визначивши сучасний стан ринку виробництва курятини в Україні, було ідентифіковано виклики, з якими стикаються вітчизняні виробники у їх прагненні щодо збереження конкурентних переваг продукції в сучасних умовах розвитку світової економіки.

Доведено необхідність зміцнення конкурентоспроможності вітчизняних агропромислових підприємств шляхом дотримання обраної конкурентної стратегії, вибір якої залежить від типу поведінки підприємства: креативний тип, адаптивний тип та забезпечувальний тип. На основі матриці конкурентної поведінки підприємства визначено стратегії, що притриманні кожному типу. На основі аналізу показників оцінки ефективності діяльності найбільших експортерів курятини визначено їх конкурентні стратегії.

Ключові слова: конкурентоспроможність, ринок курятини, агропромисловий комплекс, конкурентна перевага, аналіз, експорт, імпорт, оцінка конкурентоспроможності.

Рис. – 5, табл. – 5, літ. – 11.

Savchenko M.

Doctor of Economics, Head of the Department of International Economic Relations,
Vasyl Stus Donetsk National University
ORCID: 0000-0002-9063-3551
m_savchenko@donnu.edu.ua

Ivanov V.

UN Air Force Air Operations Specialist in South Sudan,
Malakal, P. Sudan
ORCIDiD: 0000-0002-3006-6778
ivanovv@un.org

**COMPETITIVE ANALYSIS AS A TOOL FOR THE FORMATION OF A
STRATEGY FOR DOMESTIC ENTERPRISES TO ENTER THE WORLD MARKET**

The paper substantiates that information support is an integral part of the successful operation of an agro-industrial enterprise. Strategic marketing decisions are based on comprehensive, up-to-date and reliable information that can be generated on the basis of competitive market analysis.

Chicken production in Ukraine is an important and powerful component of the country's export potential and is characterized by extremely high growth dynamics and competitiveness. The state of the chicken market in the world is studied, the analysis of its production, export, import and consumption for the last years on a regional basis is carried out, the world tendencies of its development and key indicators of development of the chicken market in Ukraine are considered. According to the results of the analysis, determining the current state of the chicken production market in Ukraine, the challenges faced by domestic producers in their efforts to maintain the competitive advantages of products in the current conditions of the world economy were identified.

The necessity of strengthening the competitiveness of domestic agro-industrial enterprises by adhering to the chosen competitive strategy, the choice of which depends on the type of enterprise behavior: creative type, adaptive type and supply type. Based on the matrix of competitive behavior of the enterprise identified strategies that are appropriate for each type. Based on the analysis of performance indicators of the largest exporters of chicken, their competitive strategies have been determined.

Key words: competitiveness, chicken market, agro-industrial complex, competitive advantage, analysis, export, import, competitiveness assessment.

Fig. - 5, Table. - 5, Ref. - 11.

Постановка проблеми. Сучасний стан економіки України створює середовище для виробників курятини, яке характеризується високим рівнем конкуренції та пошуку нових ринків збуту продукції. В умовах такого економічного середовища особлива увага повинна приділятися підприємствами створенню стійких конкурентних переваг, що вимагає розробки дійових механізмів і підходів, які б дали змогу підвищити ефективність виробництва та забезпечити конкурентоспроможність продукції на споживчому ринку.

Ринок курятини в Україні має всі ознаки щодо його насичення, але продовжує своє стійке зростання. Водночас і споживчі ціни на курятину значно зросли за останні роки. Тому особливої ваги набуває завдання вибору правильної стратегії підприємства з виробництва курятини в Україні.

Створення конкурентних переваг вітчизняними виробниками курятини в межах жорсткої конкурентної боротьби та їх реалізація надасть можливість досягти відповідного рівня ефективності виробництва, отримати максимальний прибуток та зміцнити позиції підприємства як на внутрішньому так і на зовнішньому ринках.

Аналіз останніх публікацій і досліджень. Дослідження проблем розвитку галузі птахівництва та конкурентного середовища на ринку курятини, знайшли відповідне відображення в наукових працях відомих учених-економістів: В.П. Бородай, О.М. Бевза, В.І. Бойка, М.П. Вітковського, Ю.Я. Гапусенко, І.А. Іонова, Г.М. Колесникова, К.І. Карюкіна, В.І. Фісініна, А.В. Шоміна, М.Ф. Шкляр, О.М. Шпичака, Ф.О. Ярошенко та інших вчених. Не зменшуючи важливості наукового доробку щодо дослідження ринку продукції птахівництва, проблема оцінювання конкурентного середовища підприємства залишається досить актуальною, що пов'язано з розробкою системи заходів для зміцнення позиції та ідентифікацію конкурентних позицій підприємства як на внутрішньому, так і на зовнішніх ринках.

Метою дослідження є оцінка сучасного стану та визначення тенденцій розвитку ринку курятини в світі та Україні з визначенням конкурентних стратегій вітчизняних експортерів курятини.

Виклад основного матеріалу. Успішна діяльність суб'єктів господарювання АПК залежить від їх реакції на зміни зовнішнього середовища [1].

Можна стверджувати, що в умовах євроінтеграції підвищується рівень конкурентоспроможності ринку від чого виграє споживач в першу чергу. Високий рівень конкурентоспроможності ринку дозволяє покупцеві отримати повне задоволення своїх потреб. Конкуренція змушує продавців постійно коригувати комплекс маркетингу, активно здійснювати інноваційну політику, благотворно діє на ціни і додаткові послуги, оживляє ринок.

Очевидно, що для уникнення втрати конкурентних переваг підприємство має своєчасно, тобто на одній із перших стадій життєвого циклу поточного виду діяльності, розпочати процес підготовки або трансформації теперішньої або формування нової профільної галузі.

Тож з метою розширення розуміння майбутніх перспектив вітчизняних виробників визначимо тенденції виробництва курятини в Україні та її місце на світовому ринку. З огляду на триваючу пандемію пов'язану з поширенням вірусної інфекції COVID-19 та відповідно її вплив на ринок агропромислової продукції, а також прогноз Всесвітньої організації здоров'я щодо можливого припинення розповсюдження COVID-19 у 2022 р.

Незважаючи на поширення в Україні та світі ідей вегетаріанства, м'ясо як і раніше залишається важливою частиною раціону більшості наших співвітчизників. Фахівці Продовольчої та агропромислової організації Об'єднаних Націй (FAO) прогнозують, що до 2050 р. один землянин споживатиме близько 52 кг м'яса на рік у порівнянні з 2000 р. середньостатистична людина з'їдала лише 37,4 кг м'ясопродуктів за рік. Особливо швидко зростає споживання м'яса птиці [2].

За даними Організації з продовольства і сільського господарства при Організації об'єднаних націй (FAO UN), в 2020 р. було вироблено 337,2 млн тонн м'яса всіх видів у забійній масі, що близько до показника попереднього року (табл. 1). З них було вироблено в Азії – 39,75%, Америці – 32,71%, Європі – 19,35%, Африці – 6,22%, Океанії – 1,96%.

У розрізі частки м'яса за видами на м'ясо птиці припало 39,52%, свинини – 32,30 %, яловичини – 21,17 %, баранини – 4,83%. У порівнянні із попереднім роком, частка

м'яса птиці зросла на 0,50%, натомість частка усіх інших видів зменшилася: свинини на 0,35%, яловичини на 0,30%, баранини на 0,02%.

Таблиця 1 – Світове виробництво, торгівля та споживання м'яса за видами у 2019-2020 рр., тис. тонн

Види мяса	Виробництво		Імпорт		Експорт		Споживання	
	2019	2020	2019	2020	2019	2020	2019	2020
Птиця	131562	133266	12451	12501	14241	14226	129772	131541
Свинина	110095	109200	9101	11574	9553	11889	109643	108885
Яловичина	72410	71408	10627	10560	11335	11193	71702	70775
Баранина	16214	16276	1045	977	1049	981	16210	16272
Разом	330281	330150	33224	35612	36178	38289	327327	327473

Джерело: [3]

В Україні (за даними FAO) в 2020 р. було вироблено м'яса всіх видів 2567 тис. тонн (у 2019 р. 2521 тис. тонн), з них м'яса птиці – 1468 тис. тонн (у 2019 р. 1410 тис. тонн), свинини – 722 тис. тонн (у 2019 р. 708 тис. тонн), яловичини – 343 тис. тонн (у 2019 р. 370 тис. тонн). У 2020 р. було певне зменшення світового виробництва свинини та яловичини. Однак це зменшення майже повністю було компенсовано збільшенням виробництва м'яса птиці та баранини [4].

Світове виробництво м'яса птиці зросло в 2020 р. на 1,3% і досягло 133,3 млн тонн (табл. 1 та табл. 2), хоча цей приріст і був найменший, починаючи з 1960 р. Однак за складних умов внаслідок глобальної пандемії Covid-19 та спалахів пташиного грипу в багатьох країнах це досягнення.

Таблиця 2 – Світове виробництво, торгівля та споживання м'яса птиці за географічними регіонами й обраними країнами у 2019-2020 рр., тис. тонн

Регіон, країна	Виробництво		Імпорт		Експорт		Споживання	
	2019	2020	2019	2020	2019	2020	2019	2020
Азія	49669	50367	6476	6836	2871	2739	53274	54464
Китай	21195	22321	1415	2189	655	583	21955	23927
Індія	4232	3821	0	0	6	3	4226	3818
Індонезія	3539	3150	0	0	2	2	3537	3148
Іран	2292	2326	5	1	55	20	2242	2307
Японія	2298	2360	1321	1239	10	10	3609	3589
Туреччина	2202	2266	44	45	536	572	1710	1739
Африка	6568	6758	1962	1872	117	114	8413	8516
ПАР	1816	1965	540	486	57	57	2299	2394
Центральна Америка	5280	5399	1873	1824	31	42	7122	7181
Мексика	3515	3617	1040	1001	11	12	4544	4606
Південна Америка	22030	22263	377	356	4588	4498	17819	18121
Аргентина	2248	2261	5	7	265	227	1988	2041
Бразилія	14137	14363	5	5	4133	4080	10009	10288
Північна Америка	24361	24592	344	370	3932	4086	20773	20876
Канада	1504	1460	197	211	166	173	1535	1498
США	22858	23131	147	159	3756	3914	19249	19376
Європа	22089	22289	1299	1156	2622	2675	20766	20770
ЄС	15156	15232	718	583	1774	1687	14100	14128
РФ	4606	4652	233	238	228	319	4611	4571
Україна	1410	1468	136	114	417	436	1129	1146
Океанія	1565	1598	120	107	80	72	1605	1633
Н.Зеландія	240	238	1	1	31	25	210	214
Австралія	1278	1313	11	3	48	45	1241	1271
Разом	131562	133266	12451	12501	14241	14226	129772	131541

Джерело: [3]

Приріст виробництва м'яса птиці, більший за середньосвітовий, спостерігали в Африці (2,27%), Океанії (2,04%) та Азії (1,41%), і водночас менший за середньосвітовий в Америці (1,13%) та Європі (0,91%). Всього на Азію в 2020 р. припало 37,79% світового виробництва м'яса птиці, на Америку – 39,21%, Європу – 16,73%, Африку – 5,07% і Океанію – 1,20% [4].

З-поміж великих виробників найбільший приріст виробництва м'яса птиці (5,31%) був у Китаю через високий внутрішній попит внаслідок порівняно низьких цін на цей продукт, дефіцитом свинини та значними інвестиціями, які надійшли останнім часом у цей сектор. Виробництво м'яса птиці в США зросло на 1,15% до 23 млн тонн. Приріст був забезпечений незначним збільшенням кількості птиці та її передзабійної маси. Цей сектор також отримав певну вигоду від державної «Програми продовольчої допомоги у зв'язку з коронавірусом» (CFAP), яка стимулювала попит [4].

Що стосується України, то спостерігається і збільшення обсягів виробництва, і обсягів споживання.

Саме ринок курятини в Україні є постачальником приблизно половини тваринного білка, що вживається середнім жителем країни протягом року (рис. 1).

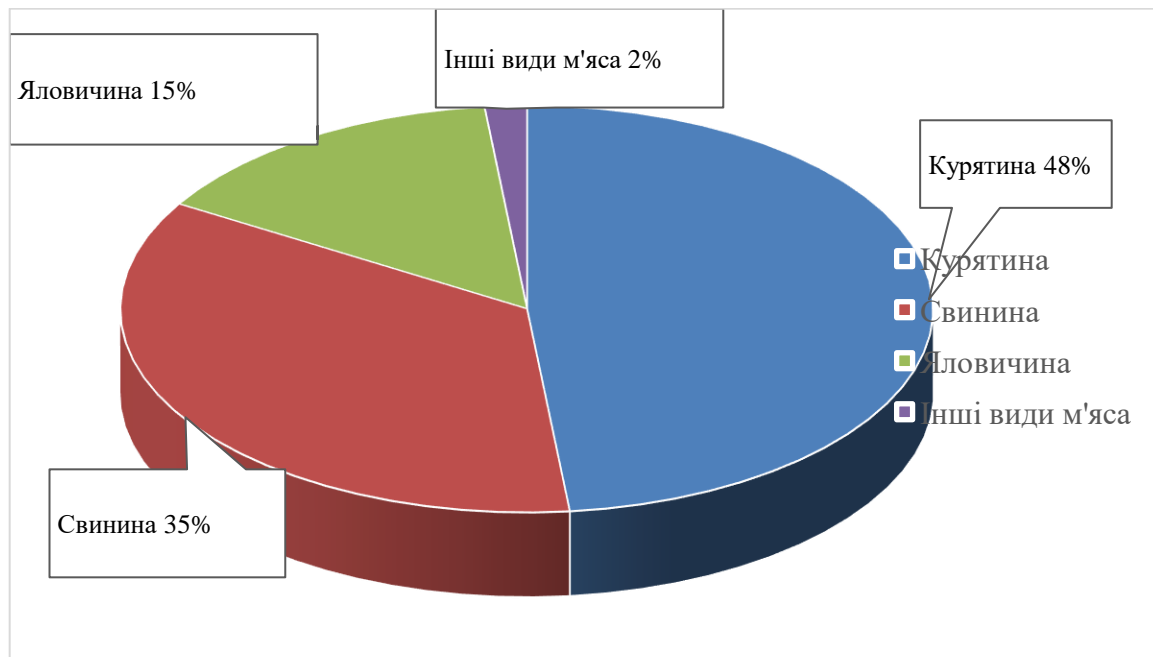


Рис. 1. Структура споживання м'яса на душу населення в Україні у 2020 р., %

Джерело: побудовано авторами на основі [5]

Так, моніторинг м'ясного ринку свідчить про те, що в 2020 р. на одного українця припадало споживання: 26 кг курятини, 19 кг свинини, 7,9 кг яловичини та 0,9 кг інших видів м'яса. З наведених даних видно, що ринок м'яса курки в Україні є найважливішою галуззю, яка забезпечує продовольчу безпеку країни.

Дослідження кон'юнктури внутрішнього ринку м'яса птиці засвідчило, що, згідно з балансовими розрахунками, протягом 2021 р. порівняно з відповідним періодом 2020 р. наповнюваність внутрішнього ринку м'ясом м'ясопродуктами майже на 0,3 % більша, збільшення на ринку м'яса птиці становило відповідно 0,8 % [5] (табл. 3).

Таблиця 3 – Баланс попиту й пропозиції м'яса та м'ясопродуктів в Україні у 2020-2021 рр., тис. т

	2021	в тому числі:			2020	в тому числі:		
		яловичина	свинина	м'ясо птиці		яловичина	свинина	м'ясо птиці
Попит на продукцію	2 725	305	820	1 550	2 718	328	808	1 538
Внутрішнього ринку - всього	2 225	275	810	1 100	2 230	288	801	1 107
в тому числі:								
фонд споживання	2 215	274	808	1 094	2 220	287	799	1 101
інше споживання	10	1	2	6	10	1	2	6
Зовнішнього ринку (експорт)	500	30	10	450	488	40	7	431
Пропозиція продукції	2 725	305	820	1 550	2 718	328	808	1 538
Внутрішнього ринку - всього	2 500	290	730	1 450	2 483	313	717	1 428
в тому числі:								
власне виробництво	2 500	290	730	1 450	2 483	313	717	1 428
зміна запасів	0	0	0	0	0	0	0	0
Зовнішнього ринку (імпорт)	225	15	90	100	235	15	91	110
<i>Споживання на особу, кг за рік</i>	<i>53,2</i>	<i>6,6</i>	<i>19,4</i>	<i>26,3</i>	<i>53,1</i>	<i>6,9</i>	<i>19,1</i>	<i>26,3</i>

Джерело: [6]

Аналіз ринку курятини в Україні дає підстави стверджувати про його насичення продукцією, при якому подальше збільшення виробництва та імпорту проблематичне. Для збереження ринкових позицій і забезпечення конкурентоспроможності в умовах, що склалися, оператори зосередилися на завданнях зниження собівартості виробництва, вирішення яких можливе шляхом модернізації обладнання, впровадження нових технологій вирощування птиці та приготування кормів.

Моніторинг ринку курячого м'яса в Україні показує, що протягом 2020 р. в країні забито 690,5 млн голів домашньої птиці, що на 5,7% більше аналогічного показника 2019 р. Пташине поголів'я на початок 2021 р. було на 9 % менше, ніж в цей же час роком раніше, і склало 200,7 млн голів.

За даними Державного комітету статистики України у 2020 р. було вирощено 1628,6 тис. тон птиці свійської, що на 2 % більше, ніж у попередньому році. Близько 30% виробленого м'яса птиці експортується. Майже весь експорт – це курятина. Разом з тим, не відстає внутрішнє споживання. «Частка м'яса птиці у споживанні всього м'яса в країні перевищить 47% - вперше за всю історію», - зауважує консультант FAO Андрій Панкратов [7].

У 2020 р. реалізовано на забій 1588 тис. тон птиці, що на 2,1 % більше за об'яги реалізації 2019 р., причому лідером з реалізації була Вінницька область (рис. 2).

Оскільки курятина преважає в м'ясному меню українців, карантинні обмеження через пандемію коронавірусу мало позначилися на рівні споживання на ринку курячого м'яса в Україні. При зниженні доходів вітчизняні споживачі схильні відмовлятися від більш дорогих яловичини і свинини, замінюючи їх м'ясом курки.

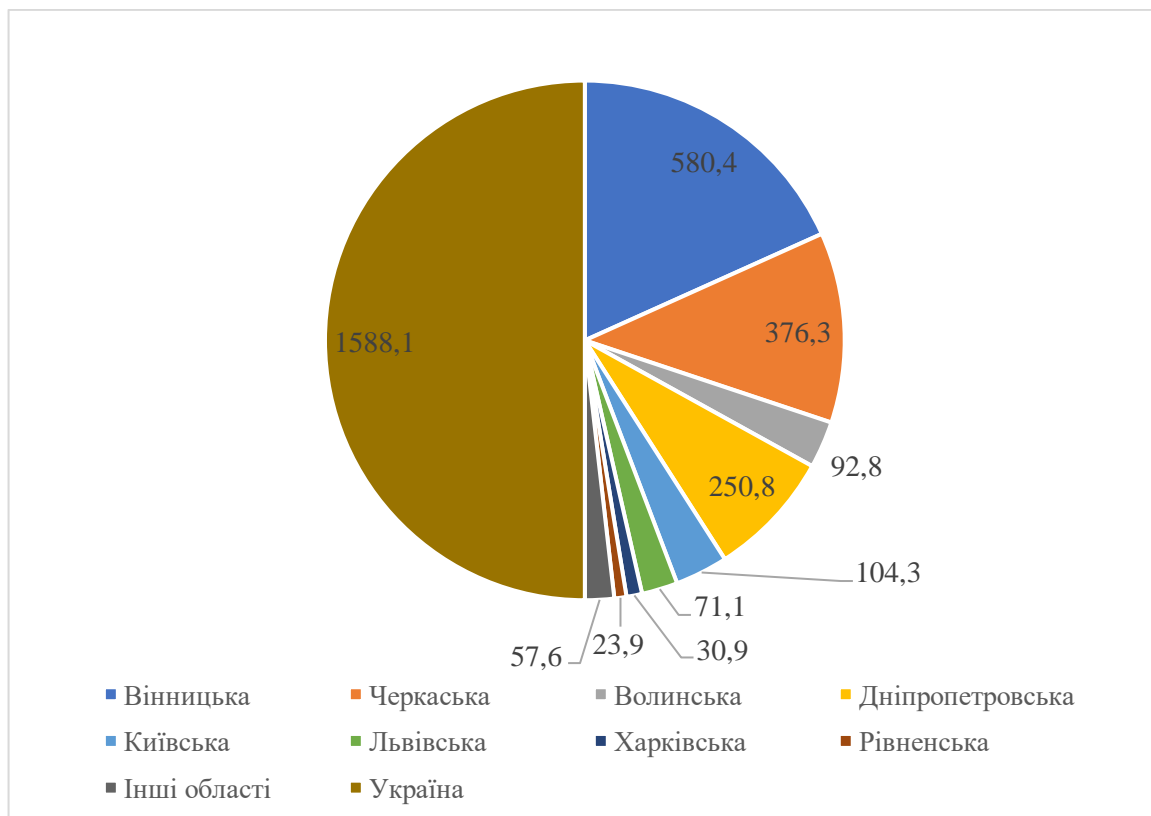


Рис. 2. Реалізація на забій птиці за регіонами України у 2020 р, %

Джерело: побудовано авторами на основі [6]

Фактором скорочення споживання на ринку курятини в Україні з'явився локдаун в ресторанно-готельній сфері, через канали якої здійснюється споживання близько 15% продукції даного ринку. Однак зниження закупівель курятини закладами HoReCa було компенсовано збільшенням реалізації в роздрібних торгових мережах.

Разом з тим, експертні опитування, проведені в ході аналізу ринку курятини в Україні, дозволяють стверджувати про наявність стійкої тенденції зростання цін на його продукцію (рис. 3).

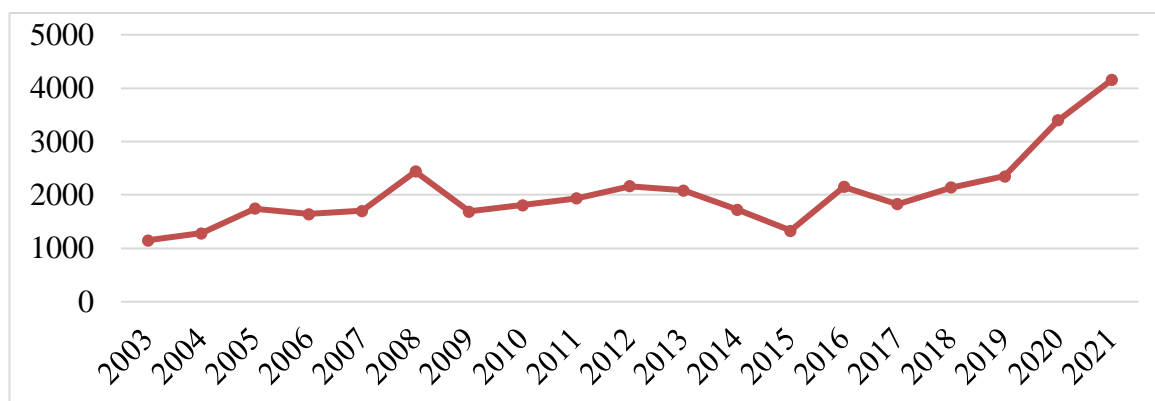


Рис. 3. Динаміка цін на курятину в Україні у 2003-2021 рр., дол. США за тону

Джерело: побудовано авторами на основі [6]

Основними ціновими факторами на ринку курятини в Україні є: збільшення вартості кормів через подорожчання сировини для їх виготовлення, частка яких у структурі собівартості продукції майже 70% та перманентне збільшення цін на енергоресурси.

За даними FAO, виробництво м'яса птиці у світі у 2016-2028 рр. збільшиться на 16,5%, а обсяги продажів зростуть на 18% за рахунок країн, що розвиваються (у розвинених державах цей показник збільшиться на 9%). Таким чином, світове споживання пташиного м'яса зросте на 16% або ж на 15 млн тонн. При цьому споживання м'яса птиці в країнах, що розвиваються, збільшиться до 88 млн тонн, що на 21% більше за аналогічний показник у 2016 р. Втім, експерти FAO прогнозують, що закупівельні ціни на пташине м'ясо знизяться з 900 до 860 доларів за тонну за рахунок насичення попиту та зменшення вартості фуражного зерна.

Сьогодні найбільшими споживачами м'яса птиці є Китай, США, Мексика. На ці країни припадає 40% світового споживання цієї продукції.

За даними порталу World's Top Exports, у 2020 р. світовий обсяг продажів свіжої курки становив 6,2 млрд дол., а вартість усієї реалізованої на планеті замороженої курятини оцінюється в 15,5 дол. млрд.

Україна входить до ТОП-10 країн-експортерів замороженої курятини у 2020 р. (рис. 4).

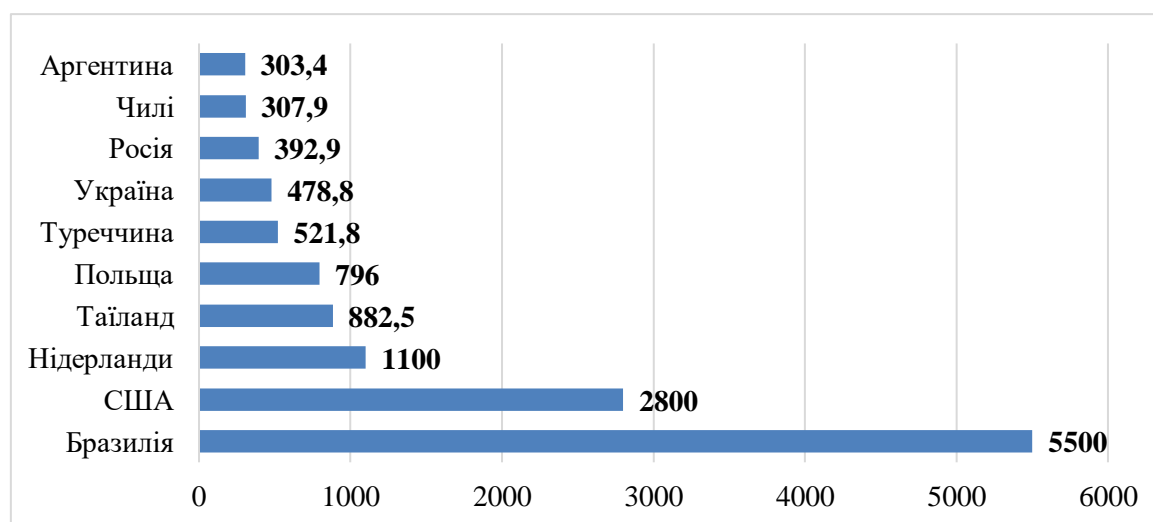


Рис. 4. ТОП-10 країн-експортерів світу замороженої курятини у 2020 р.

Джерело: побудовано авторами на основі [8]

За минулий рік Україна посіла сьоме місце, залишивши позаду РФ, Чилі та Аргентину, експортувавши м'яса птиці на 478,8 млрд дол. Заступник директора ННЦ «Інститут аграрної економіки», академік НААН Микола Пугачов повідомив, що в 2020 р. Україна експортувала рекордні обсяги м'яса птиці – 431 тис. т. Утім, у зв'язку з здешевленням курятини на світових ринках сумарний виторг знизився [7].

За даними Союзу птахівників України основними споживачами даного виду продукції з України були Саудівська Аравія (84,3 тис. т), Нідерланди (53,5 тис. т), ОАЕ (33 тис. т), Ірак (23 тис. т), замикає п'ятірку лідерів, які завозять до себе українську курятину та інші продукти птахівництва – Казахстан (18,3 тис. т) [9].

Левову частку валюти для бюджету України у 2020 р. забезпечило підприємство ПрАТ «МХП» - 510,3 млн дол., експортувавши понад 386,6 тис. т

продукції (враховуючи субпродукти) та охопивши 90,9 % експортного ринку м'яса бройлерів (табл. 4).

Таблиця 4 – Найбільші експортери курятини з України у 2020 р.

Місце у тейтингу	Компанія	Експорт курятини у 2020 р.		Частка експортного ринку, %
		тис. тон	млн дол.	
1	ПрАТ «МХП»	386,6	510,3	90,9
2	ТОВ «ПК «Дніпровський»	15,4	20,9	3,6
3	ТОВ «Агро-Овен»	6,8	7,0	1,6
4	ТОВ «АПГ «Пан Курчак»	3,5	3,6	0,8
5	ТОВ «Західний торгівельний ресурс»	2,5	2,6	0,6
6	ПрАТ «Володимир-Волинська птахофабрика»	1,2	1,6	0,3
7	ТОВ «Агро-Рось»	1,3	1,5	0,3

Джерело: побудовано авторами на основі [10]

За даними табл. 4 можна зробити висновки щодо високої концентрованості ринку курятини.

Зміцнення конкурентоспроможності агропромислових підприємств здійснюється шляхом формування їх конкурентної стратегії. Конкурентна стратегія являє собою сукупність основоположних правил і прийомів, що необхідні для прийняття обґрунтованих ефективних управлінських рішень, що дають змогу підприємству підтримувати дієві та розробити нові конкурентні переваги, визначаючи його ринкову поведінку в певному споживчому сегменті.

Формування конкурентної стратегії підприємства здійснюється з урахуванням трьох типів поведінки: *креативний тип* передбачає спрямованість заходів на створення й підтримку конкурентних переваг на базі тривалого процесу пошуку та оновлення; *адаптивний тип* відображає здатність підприємства до адаптації щодо дій конкурентів; *забезпечувальний тип* передбачає підтримку наявних значних конкурентних переваг у перспективі та формування умов для їх ефективної реалізації.

Залежно від певного типу поведінки конкретного підприємства визначається конкурентна стратегія (табл. 5). На основі аналізу показників оцінки ефективності діяльності найбільших експортерів курятини визначено їх місце в матриці (табл. 5).

За даними табл. 5 видно, що ПрАТ «МХП» продовжують зміцнювати свої не тільки на вітчизняному ринку, але й європейському, використовуючи стратегію росту. Стратегію помірної росту використовували ТОВ «Західний торгівельний ресурс» та ТОВ «АПГ «Пан Курчак», бо уже мають досить міцні позиції на ринку, тобто на ринок вони вийшли досить давно і змогли проявити свої конкурентні переваги. Комбінованої стратегії дотримувалося ТОВ «Агро-Овен», що активно функціонує у рослинництві та тваринництві. ТОВ «ПК «Дніпровський» та ТОВ «Агро-Рось» дотримувалися стратегії диференціації, що забезпечує можливість виробництва товару, який має привабливі для покупця властивості та відрізняється від товарів конкурентів. ПрАТ «Володимир-Волинська птахофабрика» дотримувалася стратегії фокусування, бо підприємство має можливість обслужити вузький сегмент ринку з його специфічними вимогами більш ефективно, ніж конкуренти, які зорієнтовані на ширший спектр потреб.

Таблиця 5 – Матриця конкурентної поведінки підприємства

Типи конкурентних стратегій		Типи конкурентної поведінки			Підприємства
		К	А	З	
Стратегія розвитку	Стратегія росту	+	+		ПрАТ «МХП»
	Стратегія помірному росту		+		ТОВ «Західний торгівельний ресурс» ТОВ «АПГ «Пан Курчак»
	Стратегія скорочення росту		+	+	
	Комбінована стратегія	+	+	+	ТОВ «Агро-Овен»
Стратегія функціонування	Стратегія лідерства у витратах	+			
	Стратегія диференціації	+	+		ТОВ «ПК «Дніпровський» ТОВ «Агро-Рось»
	Стратегія фокусування	+			ПрАТ «Володимир-Волинська птахофабрика»

Джерело: побудовано авторами на основі [11]

До чинників, що визначають здатність агропромислових підприємств формувати та утримувати наведені переваги, слід віднести рівень інноваційного розвитку підприємства, доступ до найвигідніших каналів збуту, спроможність виготовляти продукцію із високою доданою вартістю, ризиковість бізнесу.

Стратегічні пріоритети забезпечення конкурентоспроможності агропромислових підприємств повинні базуватися передусім на вивченні основних ризиків, які очікують на дані підприємства з огляду на приєднання до зони вільної торгівлі із ЄС, і включати в себе тактичні засоби мінімізації цих ризиків, покращення конкурентних переваг вітчизняних виробників на національному та міжнародному ринках.

Висновки. Євроінтеграційні процеси стають невід’ємною ознакою та напрямком розвитку аграрного сектора економіки України. Можливості вітчизняних підприємств щодо реалізації своєї продукції розширюються хоча і в умовах жорсткої конкуренції.

Наявні потужності виробництва курятини в Україні в свою чергу дозволяють реалізовувати свою продукцію не тільки на вітчизняному ринку, а і за кордоном. Високий попит на продукцію, що надаються підприємствами, говорить про їх достатньо високу конкурентоспроможність та високу якість, оцінену як в Україні так і поза її межами.

Аналіз сучасного стану та тенденцій розвитку вітчизняних виробників курятини диктує необхідність створення підприємствами нових конкурентних переваг, дотримуючись означеної конкурентної стратегії. Саме від їх спроможності формувати, утримувати та реалізовувати конкурентні переваги, що створюють позитивні передумови для стійкого функціонування та розвитку підприємства під впливом факторів зовнішнього та внутрішнього середовища і буде залежати покращення показників діяльності та підвищення конкурентного статусу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Olszewska B., Piwoni-Krzeszowska E., 2004, Partnerstwo z klientami szansą zwiększania konkurencyjności przedsiębiorstwa, [w:] Olesiński Z., Szplit A. (red.), Przedsiębiorstwo i region w zjednoczonej Europie, Akademia Świętokrzyska. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1877042815052659>
2. Как заработать миллионы на производстве мяса и яиц птицы? URL: <https://inventure.com.ua/analytics/articles/kak-zarabotat-milliony-na-proizvodstve-myasa-i-yaic-pticy/>
3. Overview of global meat market developments in 2020, FAO UN, 2021.
4. Світовий ринок м'яса птиці. URL: <https://agrotimes.ua/article/svitoviy-rynok-myasa-ptyczi/>
5. Офіційний сайт Державного комітету статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
6. Баланс попиту і пропозиції м'яса і м'ясопродуктів. Економічний дискусійний клуб. URL: http://edclub.com.ua/sites/default/files/users/user431/12_2020_0.pdf.
7. Аграрний 2019-й: птиця утримує лідерство на ринку м'яса. URL: <https://agravery.com/uk/posts/show/agrarnij-2019-j-ptica-utrimue-liderstvo-na-rinku-masa/>
8. Офіційний сайт Продовольчої та агропромислової організації ООН. URL: <https://www.fao.org/faostat/ru/#data/PP/visualize>.
9. Союз птахівників України. URL: <http://www.poultryukraine.com>
10. Українські птахівники у 2020 році принесли Україні \$560 млн експортної виручки: аналіз компаній-експортерів та показників продукції 2021. URL: <https://agropolit.com/rating/ukrayinski-ptahivniki-u-2020-rotsi-prinesli-ukrayini-560-mln-eksportnoyi-viruchki-analiz-kompaniy-eksporteriv-ta-pokaznikov-produktsiyi>.
11. Алексич К. О. Стратегічний конкурентний аналіз як інструмент формування конкурентних переваг у системі забезпечення конкурентоспроможності підприємства. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2016. Випуск 10. Ч. 1. С. 10-17.

REFERENCES

1. Olszewska B., Piwoni-Krzeszowska E. (2004). Partnerstwo z klientami szansą zwiększania konkurencyjności przedsiębiorstwa, [w:] Olesiński Z., Szplit A. (red.), Przedsiębiorstwo i region w zjednoczonej Europie, Akademia Świętokrzyska. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1877042815052659>
2. Kak zarabotat millionyi na proizvodstve myasa i yaits ptitsyi? URL: <https://inventure.com.ua/analytics/articles/kak-zarabotat-milliony-na-proizvodstve-myasa-i-yaic-pticy/>
3. Overview of global meat market developments in 2020. (2021) FAO UN.
4. Svitovyi rynek miasa ptytsi. URL: <https://agrotimes.ua/article/svitoviy-rynok-myasa-ptyczi/>
5. Oficijny`j sajт Derzhavnogo komitetu staty`sty`ky` Ukrayiny`. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
6. Balans popy`tu i propozy`ciyi m'yasa i m'yasoproduktiv. Ekonomichny`j dy`skusijny`j klub. URL: http://edclub.com.ua/sites/default/files/users/user431/12_2020_0.pdf.
7. Agrarniy 2019-y: ptitsya utrimuE llderstvo na rinku m'yasa. URL: <https://agravery.com/uk/posts/show/agrarnij-2019-j-ptica-utrimue-liderstvo-na-rinku-masa/>

8. Oficijnyj sajт Prodovol'choyi ta agropromy'slovoyi organizaciyi OON. URL: <https://www.fao.org/faostat/ru/#data/PP/visualize>.
9. Soyuz ptaxivny`kiv Ukrayiny`. URL: <http://www.poultryukraine.com>
10. Ukrayins`ki ptaxivny`ky` u 2020 roci pry`nesly` Ukrayini \$560 mln eksportnoyi vy`ruchky`: analiz kompanij-eksporteriv ta pokazny`kiv produkciyi 2021. URL: <https://agropolit.com/rating/ukrayinski-ptahivniki-u-2020-rotsi-prinesli-ukrayini-560-mln-eksportnoyi-viruchki-analiz-kompaniy-eksporteriv-ta-pokaznikiv-produktsiyi>
11. Aleksy`ch K.O. (2016) Strategichny`j konkurentny`j analiz yak instrument formuvannya konkurentny`x perevag u sy`stemi zabezpechennya konkurentospromozhnosti pidpry`yemstva. Naukovy`j visny`k Uzhgorods`kogo nacional`nogo universy`tetu. Vy`pusk 10. Ch. 1. S. 10-17.