

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ ТА НАУКИ УКРАЇНИ**  
**ПОДІЛЬСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРАРНО – ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Кваліфікаційна наукова  
праця на правах рукопису

**ОГАНЕСЯН ВАЛЕРІК САМВЕЛОВИЧ**

**УДК 338.43:636.32/.338:439.5(477)**

**ДИСЕРТАЦІЯ**

**ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНИЙ МЕХАНІЗМ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ  
РОЗВИТКУ РИНКУ ПРОДУКЦІЇ ВІВЧАРСТВА**

**08.00.03 – економіка та управління національним господарством**

Подається на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук

Дисертація містить результати власних досліджень. Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело

---

**В. С. Оганесян**

Науковий керівник:  
**МІСЮК Микола Васильович**  
доктор економічних наук, професор,  
заслужений економіст України

м. Кам'янець-Подільський – 2019 р.

## **АНОТАЦІЯ**

**Оганесян В. С. Організаційно-економічний механізм забезпечення розвитку ринку продукції вівчарства. – Кваліфікаційна наукова праця на правах рукопису.**

Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук за спеціальністю 08.00.03 – економіка та управління національним господарством.

– Подільський державний аграрно-технічний університет, Кам'янець-Подільський, 2019.

Дисертаційна робота присвячена обґрунтуванню теоретико-методичних засад і положень та практичних рекомендацій щодо функціонування організаційно-економічного механізму із забезпеченням ефективного розвитку ринку продукції вівчарства.

В дисертаційній роботі розкрито концептуальні підходи вітчизняних так і зарубіжних науковців щодо розкриття економічної сутності поняття «ринку», і на основі досліджень сформульовано визначення «ринку продукції вівчарства», трактуючи, що це один із основних елементів продовольчого ринку країни і в цілому в АПК, на якому відбувається реалізація овечої продукції (м'ясо, молоко, вовна і т. д.), шляхом обміну, купівлею і продажом, домовленостями, зв'язками, між суб'єктами, які займаються господарською діяльністю, під впливом попиту, пропозиції, ціни та конкуренції з метою отримання прибутку.

Досліджено, що при налагодженому організаційно-економічному механізмі, ринок продукції вівчарства в цілому звільняє економіку від дефіциту товарів і послуг через: встановлення зв'язків між товаровиробниками й споживачами продукції вівчарства і управління процесами виробництва, переробки, збуту, відповідно до яких на ринку формується попит (з врахуванням оптимальних затрат на виробництво) та пропозиція (за умов достатнього рівня ціни для виробників); забезпечення конкуренції між суб'єктами ринку та захист конкурентного середовища; ціноутворення, стимулюється засвоєння досягнень науково-технічного прогресу, зниження витрат, підвищення якості, розширення асортименту продукції вівчарства; ефективне використання маркетингових досліджень на ринку продукції

вівчарства; забезпечення населення якісною продукцією вівчарства; інвестиційно-інноваційні впровадження для підтримки функціонування ринку продукції вівчарства; страхування ризиків на ринку продукції вівчарства; формування великого спектру банківських послуг на ринку продукції вівчарства; надання податкових пільг, при реалізації продукції вівчарства на продовольчому ринку; експорт та імпорт продукції вівчарства та державну підтримку ринку продукції вівчарства, через удосконалення законодавства.

Проаналізовано сучасний стан і тенденції розвитку вітчизняного та світового ринку продукції вівчарства, в результаті чого було встановлено, що за радянський період 1961 року по 1991 рік поголів'я овець в Україні зменшилося на 78,5 %, тобто на 2166,7 тис. гол. Після здобуття Незалежності з 1991 – 2016 рр. поголів'я овець за 25 років зменшилося на 90,6 % (7152,3) тис. гол. Загалом за 55 років поголів'я овець скоротилося на 92,6 % – (9319,0) тис. гол., а частка поголів'я овець України у світі складає 0,06 %, а також пораховано виробництво та валовий збір кормових культур, які використовувались для годівлі та відгодівлі овець; витрати на вирощування та відгодівлю овець у сільськогосподарських підприємствах в середньому по Україні; витрати на виробництво привіску овець за елементами у сільськогосподарських підприємствах в середньому по Україні.

Запропоновано раціональне розміщення овець за природно-кліматичними умовами, адже у тому регіоні, де знаходяться вівці, визначаються витрати на її утримання та собівартість отриманої вівчарської продукції, а саме: асканійську тонкорунну породу слід розводити у Степовій зоні; асканійські кросбреди підходять для умов Полісся і Карпат і частково до деяких областей Степу і Лісостепу; асканійські чорноголові породи розводити в зоні Степу (Херсонська область) та в зоні Лісостепу (Чернівецька область); романовські породи можуть адаптуватися до всіх зон сформованих нами; породи прекоси більше підходять до природно-кліматичних умов Лісостепу та Полісся; каракульські породи розводити в зоні Степу (Одеська область) та Лісостепу (Чернівецька область); сокільську породу слід розводити в зоні Степу (Дніпропетровська та Луганська області) і в Лісостепу (Харківській та Полтавській області); цигайські породи

більш пристосовані до зони Степу; українську гірськокарпатську породу розводити зоні Карпат.

Розроблено «Проект з виробництва продукції вівчарства» з побудовою модульної ферми на 600 голів овець, за нашими розрахунками в результаті свого ефективного розвитку у 2018 році буде прибутковим, і починаючи з цього ж року, за 6 років прибуток становитиме 2834,2 тис. грн., тобто у 2024 році окупить загальну вартість модульної ферми 2524,6 тис. грн. Такий термін окупності «Проекту з виробництва продукції вівчарства» дасть позитивний поштовх щодо відродження галузі вівчарства, і зробить її інвестиційно привабливою, як для українських фермерів, так і для закордонних.

Розкрито роль кластерних об'єднань і розроблено кластерну модель галузево-територіальної організації виробництва продукції вівчарства за такими регіонами: Львівська, Закарпатська, Івано-Франківська і Чернівецька області, де станом за 2016 рік, вище вказаних регіонах, зосереджено у всіх категоріях господарств 162,3 тис. голів овець та вказано переваги функціонування кластерної моделі з виробництва продукції вівчарства, які передбачають: тісні взаємовідносини між учасниками кластеру при виробництві продукції вівчарства (спільне використання пасовищ, раціональне формування структури і чисельності стада, забезпечення кормами і т. д.); учасники вступають у кластер на засадах довіри та спільно вирішують нагальні проблеми; стабільність реалізації вівчарської продукції (м'ясо, молочні продукти, вовна тощо) за рахунок стійкості логістичних зв'язків між кластерами; інноваційне забезпечення за рахунок залучення науково-дослідних закладів та інститутів; мобілізацію внутрішніх грошових коштів та підвищення конкурентоспроможності за рахунок попиту та пропозиції вівчарської продукції; створення інформаційної бази для споживачів-клієнтів щодо ринків збуту та постачальників кластеру; консультаційної підтримки діяльності кластера; створення додаткових робочих місць та ефективний розподіл праці між учасниками кластеру; удосконалення товарних властивостей вівчарської продукції, підвищення її рівня якості та надання їй товарного знаку; збільшення

бази оподаткування, що дозволить розвиватись малому і середньому бізнесу; укладення договорів на міждержавному рівні.

Сформовано науковий підхід (оцінивши за допомогою SWOT-аналізу сильні і слабкі сторони, сприятливі можливості і потенційні загрози), щодо стратегії розвитку галузі вівчарства, і зазначено, що для її відродження необхідно: запровадити спеціальну програму фінансування вівчарських господарств, незалежно від форм господарювання та розмірів ферм, щодо збільшення поголів'я овець з метою забезпечення розширеного відтворення стада; поживавити стрімкий зріст державних замовлень вівчарської продукції, особливо на вовну; відрегулювати цінову політику та встановити єдині ціни на вироблену продукцію вівчарства; створити на державному рівні ринки збуту продукції вівчарства; спростити на законодавчому рівні експорт та імпорт вівчарської продукції; вести ефективну політику кластеризації виробників продукції вівчарства з удосконаленням партнерських взаємовідносин між ними; побудувати сучасні (модульні) оптимальні за розмірами приміщення обладнаними новітніми засобами комплексної механізації, автоматизації виробничих процесів з утримання овець, із застосуванням у виробництві досягнень науково-технічного прогресу; запровадити програму пільгового кредитування вівчарських господарств; удосконалити та полегшити систему стандартизації та сертифікації продукції вівчарства; забезпечити міцною кормовою базою фермерські господарства з поліпшенням якості і кількості кормів та розширити пасовища; забезпечити сервісним обслуговуванням вівчарства у кожному населеному пункті, побудувавши нові заклади ветеринарного обстеження тварин; знизити вартість ветеринарно-діагностичних досліджень для контролю якості сировини і продукції вівчарства; інтенсивний пошук нових ринків збуту продукції вівчарства; через державні програми розвитку вівчарства в Україні, зацікавити зарубіжних інвесторів вкласти кошти у виробництво продукції вівчарства; широке застосування промислового схрещування овець для одержання помісних ягнят, їх інтенсивну відгодівлю і реалізацію на м'ясо у ранньому віці для збільшення виробництва молодого баранини (бройлерів), яка користується підвищеним

попитом на внутрішньому та зовнішньому ринках; відновлення і вдосконалення селекційно-племінної роботи з урахуванням регіональних умов щодо збереження наявних та створення нових високопродуктивних порід, типів, ліній; формування спеціалізованих сільськогосподарських підприємств із бройлерного виробництва м'яса овець, вовни, овчини; організація вівцеферм на 10-50 вівцематок в особистих селянських господарствах, 50-250 – у фермерських господарствах та 250-1000 вівцематок – у сільгосппідприємствах; дотримання науково обґрунтованих норм годівлі; підвищення рівня товарності вовни, який в особистих селянських господарствах нині складає лише 20 %; запровадження нових ресурсозберігальних технологій виробництва і переробки продукції галузі та вирощування кормів; вдосконалення технологій виробництва і переробки овечого молока на бринзу, сири, їх фасування та збут; відновлення функціонування підприємств з первинної переробки продукції вівчарства; формування інфраструктури ринку продукції вівчарства, зокрема створення сільськогосподарських обслуговуючих кооперативів із заготівлі, обробки та збуту продукції тощо.

Розроблено інвестиційно-інноваційну модель галузі вівчарства, яка дозволить пропорційно вирішувати проблеми, що виникнуть при зміні інвестиційного забезпечення інноваційних процесів оновлення галузі вівчарства.

Запропоновано для активізації інвестиційно-інноваційних процесів ринку галузі вівчарства впровадити новий вид сертифікації тваринницької продукції – «Халяль», яка має ряд переваг: гарантія високої якості продукції відмічених знаком «Халяль»; збільшення рівня довіри до продукції з боку споживачів; дозволяє знайти якісний вітчизняний аналог для заміни імпоротної продукції; збільшення об'ємів продажу за рахунок халяльної продукції; можливість експорту в 57 країн, які входять в ОІС (Організацію Ісламської Співробітництва); розширення внутрішнього споживчого ринку, оскільки завдяки чистоті продукції халяль є привабливим і для людей, які не сповідують іслам; спрощене виведення продукції вівчарства на зовнішні і внутрішні ринки; отримання сертифікату халяль – доказ того, що продукція виробника відповідає

світовим вимогам ісламу; бездоганна чистота при виробництві; склад продукції зі знаком «Халяль» ретельно перевіряється для запобігання використання заборонених добавок і консервантів невідомого походження; при виробництві халяльної продукції здійснюється постійний контроль щодо багатьох параметрів, що дозволяє забезпечити високу якість і корисність продукту харчування; підприємство, фермерське господарство, якому буде вручено сертифікат «Халяль», проходить регулярні перевірки експертів; сертифікат халяль – істотна перевага перед конкурентами, яка допомагає відкрити нові ринки збуту; швидкий розвиток виробництва халяльної продукції на світовий ринок – потенційний обсяг ринку продовольства халяль становить 17% загального світового споживання; інноваційні зміни у діяльності фермерських господарств.

**Ключові слова:** ринок, попит, пропозиція, конкуренція, ціна, ринок продукції вівчарства, галузь вівчарства, продукція вівчарства, організаційно-економічний механізм, природно-кліматичні умови, кластер, проект, модульна ферма, стратегія, інвестиції, інновації, сертифікація «Халяль».

## **ABSTRACT**

**Oganesyan V. S. Organizational-economic mechanism of providing development of the market of products of sheep breeding. – Qualifying scientific work on the rights of the manuscript.**

Thesis for candidate degree in economic sciences, speciality 08.00.03 – Economics and management of the national economy. – State agrarian and engineering university in Podilya, Kamianets-Podilskyi, 2019.

The dissertation is devoted to the substantiation of theoretical and methodical principles, and the provisions and practical recommendations for the functioning of the organizational and economic mechanism with ensuring the effective development of the market of sheep breeding.

The dissertation deals with the conceptual approaches of both domestic and foreign scholars to the disclosure of the economic essence of the concept of

«market», and on the basis of the research the definition of the «market of sheep breeding» is formulated, interpreting that this is one of the main elements of the food market of the country and, in general, in the agroindustrial complex, on which is the sale of sheep products (meat, milk, wool, etc.), through the exchange, purchase and sale, arrangements, ties, between subjects engaged in economic activities, under the influence of demand, the offer prices, and competition for profit.

It is researched that, with the established organizational and economic mechanism, the market of sheep breeding in general liberates the economy from the shortage of goods and services through: establishing relations between commodity producers and consumers of sheep production and managing the processes of production, processing, marketing, in accordance with which demand is formed on the market (taking into account optimal production costs) and supply (subject to a sufficient level of prices for producers); ensuring competition between market actors and protecting the competitive environment; pricing, stimulation of assimilation of achievements of scientific and technological progress, reduction of expenses, improvement of quality, expansion of assortment of products of sheep breeding; effective use of marketing research in the market of sheep breeding; providing the population with high-quality sheep products; investment and innovation implementation to support the functioning of the sheep market; risk insurance on the market of sheep breeding; formation of a wide range of banking services in the market of sheep breeding; granting of tax privileges, at the sale of sheep products in the food market; export and import of sheep breeding and state support for the sheep market, through the improvement of legislation.

The current state and trends of the domestic and world market of sheep breeding have been analyzed. As a result, it was established that during the soviet period from 1961 to 1991 the sheep population in Ukraine decreased by 78,5 %, that is, by 2166,7 thousand goals. After gaining the Independence from 1991 – 2016 sheeps livestock for 25 years decreased by 90,6 % (7152,3) thousand goals. In total, for 55 years the sheep population has decreased by 92,6 % (9319,0) thousand head, and the share of sheep in Ukraine in the world is 0,06%, as well as the production and gross collection of fodder crops, used for feeding and fattening sheep;



the costs of growing and fattening sheep in agricultural enterprises on average in Ukraine; the costs of production of sheeted grape for elements in agricultural enterprises in the average in Ukraine.

It is proposed rational placement of sheep on the basis of natural and climatic conditions, because in the region where the sheep are located, the costs of its maintenance and the cost price of the sheep's produce are determined, namely: Askaniya fine-footed breed should be diluted in the Steppe zone; Ascanian crossbreeds are suitable for the conditions of Polissia and the Carpathians and partly to some areas of the Steppe and Forest-steppe; Ascanian black-headed rocks breed in the steppe area (Kherson region) and in the forest-steppe zone (Chernivtsi region); Romanov breeds can adapt to all zones formed by us; breeds of precons are more suited to the climatic conditions of the forest-steppe and Polissya; breed the breed of Karakul breeds in the steppe (Odesa region) and Forest-steppe (Chernivtsi region); Socks breed should be bred in the Steppe area (Dnipropetrovsk and Luhansk regions) and in the forest-steppe (Kharkiv and Poltava regions); Gypsy breeds are more suited to the steppe zone; Ukrainian mountain-Carpathian breed to breed the Carpathian region.

A «Sheep production project» with a modular farm for 600 heads of sheep has been developed, according to our calculations, as a result of its effective development in 2018, will be profitable, and starting from the same year, for 6 years, the profit will amount to 2,834,2 thousand UAH., that is, in 2024, the total cost of the modular farm will be paid back to 2524,6 thousand UAH. Such a payback period for the «Shepherd Production Project» will give a positive impetus to the rebirth of the sheep breeding industry, and will make it attractive for investment, both for Ukrainian farmers and for foreigners.

The role of cluster associations was revealed and a cluster model of branch-territorial organization of sheep breeding production was developed in the following regions: Lviv, Zakarpattia, Ivano-Frankivsk and Chernivtsi regions, where in 2016, above mentioned regions, concentrated in all categories of farms 162,3 thousand heads of sheep and outlined the benefits of the cluster model for the production of sheep breeding, which include: a close relationship between the cluster participants in

the production of sheep breeding (joint use of pastures, rational structure formation and size of the herd, fodder provision and so on. d.); participants enter the cluster on the basis of trust and jointly solve urgent problems; the stability of the implementation of sheep's products (meat, dairy products, wool, etc.) due to the stability of logistical connections between clusters; innovative support through the involvement of research institutions and institutions; mobilization of domestic money and increase of competitiveness due to demand and supply of sheep products; creation of an information base for consumer customers in relation to sales markets and cluster suppliers; advisory support of cluster activities; creation of additional jobs and effective division of labor among cluster participants; improvement of commodity properties of sheep's produce, increase its quality level and give it a trademark; an increase in the tax base that will allow small and medium-sized businesses to develop; conclusion of agreements on the interstate level.

A scientific approach has been formed (assessing strengths and weaknesses, opportunities and potential threats by means of SWOT analysis) regarding the strategy of development of the sheep industry, and it is indicated that for its revival it is necessary: to introduce a special program for financing sheep farms, regardless of the forms of management and size. farms, as regards the increase of sheep population in order to ensure the expanded reproduction of the herd; to revive the rapid growth of state orders of sheep's products, especially on wool; adjust pricing policies and establish common prices for sheep breeding products; create national markets for sheep breeding products; to simplify at the legislative level export and import of sheep products; to conduct an effective policy of clusterization of sheep breeders with improved partnerships between them; to construct modern (modular) optimum premises with modern equipment of complex mechanization, automation of production processes for the maintenance of sheep, with application in production of achievements of scientific and technological progress; introduce a program of preferential loans for sheep farms; to improve and facilitate the system of standardization and certification of sheep breeding products; to provide a strong forage farm with improved quality and quantity of feed and to expand pastures; to provide sheep servicing in every populated area by constructing new establishments

of veterinary inspection of animals; to reduce the cost of veterinary and diagnostic research to control the quality of raw materials and products of sheep breeding; intensive search for new markets for sheep breeding; through state programs for the development of sheep breeding in Ukraine, to attract foreign investors to invest in the production of sheep breeding; widespread use of cross-breeding sheep for the production of domestic lambs, their intensive fattening and sales to meat at an early age to increase the production of young lamb (broilers), which is in high demand on the domestic and foreign markets; restoration and improvement of breeding and breeding work taking into account regional conditions concerning preservation of existing and creation of new high-yielding rocks, types, lines; the formation of specialized agricultural enterprises for broiler production of sheep meat, wool, sheepskin; the organization of the sheep farm for 10-50 sheep breeds in private farms, 50-250 in farms and 250-1000 sheep breeds in agricultural enterprises; adherence to scientifically substantiated feeding standards; raising the level of wool marketability, which in today's private peasant farms is only 20%; the introduction of new resource-saving technologies for the production and processing of industry products and forage production; improvement of technologies of production and processing of sheep's milk on cheese, cheese, their packing and sales; restoration of the operation of enterprises from the primary processing of sheep breeding; the formation of the infrastructure of the market for sheep breeding, in particular the creation of agricultural servicing cooperatives for harvesting, processing and marketing of products, etc.

The investment-innovation model of the sheep breeding industry has been developed, which will allow proportional solution to the problems that arise when the investment support of the innovation processes of the sheep breeding industry is changed.

It is offered to activate the investment-innovation processes of the market of sheep breeding to introduce a new type of certification of livestock products – «Halal», which has several advantages: a guarantee of high quality products marked with the sign «Halal»; increase consumer confidence in products; allows to find qualitative domestic analogue for replacement of imported products; increase in sales

volumes at the expense of halal products; Ability to export to 57 countries that are part of the OIS (Organization of Islamic Cooperation); expansion of the domestic consumer market, because because of the purity of products halal is also attractive to people who do not profess Islam; Simplified output of sheep breeding on the external and internal markets; receipt of a certificate of halal – proof that the products of the manufacturer meet the world's requirements of Islam; perfect purity in production; The composition of products with Halal sign is carefully checked to prevent the use of prohibited additives and preservatives of unknown origin; in the production of halal products, constant control over many parameters is carried out, which ensures high quality and usefulness of the food product; enterprise, farm, which will be awarded the certificate «Halal», undergoes regular inspections of experts; halal certificate – a significant advantage over competitors, which helps to open new markets; rapid development of production of halal products to the world market – the potential volume of the halal food market is 17 % of the world's total consumption; innovative changes in the activities of farms.

**Key words:** market, demand, supply, competition, price, sheep market, sheep breeding, sheep breeding, organizational and economic mechanism, climatic conditions, cluster, project, modular farm, strategy, investments, innovations, certification «Halal».

## **СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ**

*наукові праці, в яких опубліковані основні результати дисертації*

1. Оганесян В. С. Економічна сутність ринку продукції тваринництва / В. С. Оганесян // Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство. Ужгород – 2016. – Випуск 6. – С. 133 – 136.

2. Місюк М. В., Оганесян В. С. Теоретичні аспекти організаційно-економічного механізму функціонування ринку продукції вівчарства / М. В. Місюк, В. С. Оганесян // Науковий вісник Херсонського державного

університету. Серія: Економічні науки. Херсон – 2016. – Випуск 20. – Частина 2. – С. 36 – 40.

3. Оганесян В. С. Динаміка поголів'я овець на ринку продукції вівчарства в Україні та у світі / В. С. Оганесян // /Eurasian Academic Research Journal. – 2018. – №. 2 (20). – С. 97-101.

4. Оганесян В. С. Сучасний стан виробництва продукції вівчарства на ринку України / В. С. Оганесян // "Східна Європа: Економіка, Бізнес та Управління" . – 2018. – №. 3 (14). – С. 87-96.

5. Оганесян В.С. Кормовиробництво як елемент забезпечення ефективного виробництва продукції вівчарства / В. С. Оганесян // Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Економіка і управління». Київ – 2018. – Випуск - №4. – Том 29 (68). – С. 69-74.

*праці апробованого характеру та які додатково відображають наукові  
результати дисертації*

1. Оганесян В. С. Економічний механізм функціонування ринку продукції вівчарства / В. С. Оганесян// Глобальний економічний простір: детермінанти розвитку. Матеріали II міжнародної науково-практичної конференції (м. Миколаїв, 21 жовтня 2016 р.). – Миколаїв: МНУ імені В. О. Сухомлинського, 2016. – С. 34 – 36;

2. Оганесян В. С. Економічний механізм функціонування ринку продукції вівчарства /В. С. Оганесян// Актуальні проблеми управління та адміністрування: теоретичні і практичні аспекти: матеріали Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції науковців, аспірантів та студентів 10 листопада 2016 р. – Кам'янець-Подільський, 2016. – С. 232 – 235.

3. Оганесян В. С. Сутність формування організаційного механізму на ринку продукції вівчарства / В. С. Оганесян// Збірник наукових праць міжнародної наукової – практичної конференції «Аграрна наука та освіта Поділля» 14 – 16 березня 2017, м. Кам'янець – Подільський. – С. 235 – 236.

4. Місюк М. В., Оганесян В. С. Сучасний стан поголів'я на ринку продукції вівчарства / В. С. Оганесян// Збірник наукових праць міжнародної

наукової – практичної конференції «Аграрна наука та освіта в умовах Євроінтеграції» (Секція «Економіка галузей та обліково-фінансове забезпечення інноваційного розвитку підприємництва, торгівлі та біржової діяльності»), 20 – 22 березня 2018 року, м. Кам'янець-Подільський. – С.198 – 200.

## ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО – МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ ТА ФУНКЦІОНУВАННЯ РИНКУ ПРОДУКЦІЇ ВІВЧАРСТВА.....	10
1.1.Економічна сутність ринку продукції вівчарства.....	10
1.2.Організаційно-економічний механізм функціонування ринку продукції вівчарства.....	39
1.3.Методичні підходи до оцінювання ринку продукції вівчарства.....	60
Висновки до розділу 1.....	76
РОЗДІЛ 2. ОЦІНКА ТА СУЧАСНИЙ СТАН РОЗВИТКУ РИНКУ ПРОДУКЦІЇ ВІВЧАРСТВА.....	78
2.1.Сучасний стан виробництва продукції вівчарства.....	78
2.2.Оцінка становлення та функціонування ринку продукції вівчарства..	105
2.3.Кормовиробництво як елемент забезпечення ефективного виробництва продукції вівчарства.....	114
Висновки до розділу 2.....	127
РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ ПОКРАЩЕННЯ РОЗВИТКУ РИНКУ ПРОДУКЦІЇ ВІВЧАРСТВА В УКРАЇНІ.....	129
3.1.Перспективні напрями формування ринку продукції вівчарства.....	142
3.2.Стратегія розвитку галузі вівчарства.....	153
3.3.Інвестиційно-інноваційне забезпечення розвитку галузі вівчарства...	165
Висновки до розділу 3.....	179
ВИСНОВКИ.....	182
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	186
ДОДАТКИ.....	205

## ВСТУП

**Актуальність теми дослідження.** За період становлення економіки вітчизняне вівчарство опинилося у жорсткому конкурентному середовищі до якого національний аграрний сектор економіки виявився не підготовленим. Однак збільшення попиту на натуральну текстильну продукцію, зокрема на овечу вовну і овчинно-шубні вироби, якісну дієтичну ягнятину, сири з овечого молока та низький рівень пропозиції продукції вівчарства на світових ринках відкриває нові можливості для України, яка володіє необхідним природно-біологічним та суспільно-політичним потенціалом.

Трансформації в аграрному секторі України, зниження купівельної спроможності населення, скасування державних закупівель продукції вівчарства, зменшення цільової підтримки спричинили негативні тенденції в розвитку галузі вівчарства. Функціонування ринку продукції вівчарства не може існувати без використання певних механізмів, серед яких чільне місце посідають організаційний та економічний. Ефективне функціонування ринку продукції вівчарства неможливе без обґрунтування і впровадження його дієвого механізму. Це призвело до того, що ринок продукції вівчарства став найменш рентабельнішим у галузі тваринництва.

В економічній літературі розвиток ринку продукції вівчарства досліджується в різних аспектах, що знайшло відображення у наукових працях таких вітчизняних і закордонних вчених: В. Джевонса, Р. Дорнбуша, Ф. Енгельса, Дж. Кейнса, А. Курно, К. Маркса, А. Маршалла, А. Пігу, А. Сміта, С. Фішера, Ф. Хайєка, П. Хіла, Р. Шмалензі. Також слід відзначити наукові праці сучасних вітчизняних науковців, які досліджували ринок продукції тваринництва і ринок у цілому: С. П. Азізова, В. Я. Амбросова, І. М. Беженар, В. І. Бойка, В. О. Бойко, К. Б. Волощук, М. В. Заходим, М. Й. Маліка, В. Я. Месель-Веселяка, М. В. Місюка, П. Т. Саблука, В. І. Топіхи, О. М. Шпичака та ін. Проте, незважаючи на велику кількість наукових праць, постає питання поглибленого вивчення розвитку ринку продукції вівчарства, що і визначило актуальність дисертаційного дослідження.



### **Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами.**

Дисертаційну роботу в виконано відповідно до плану науково-дослідних робіт Подільського державного аграрно-технічного університету за темами: «Розробка заходів з підвищення економічної ефективності сільськогосподарського виробництва на основі втілення досягнень науково-технічного прогресу, раціонального використання виробничого та трудового потенціалу, фінансових інвестиційних та інформаційних ресурсів, запровадження ефективного менеджменту, застосування передових досягнень в обліку та аудиті» (ДР № 0110U005064), «Формування стратегії та пріоритетів інноваційного розвитку аграрного сектору економіки в умовах глобалізації» (ДР № 0110U007032), в межах яких автором розроблено теоретико-методичні та практичні підходи до формування організаційно-економічного механізму із забезпеченням розвитку ринку продукції вівчарства.

**Мета та задачі дослідження.** Метою дисертаційного дослідження є розробка теоретико-методичних та практичних засад щодо організаційно-економічного механізму, які забезпечують розвиток ринку продукції вівчарства, що зумовило постановку й вирішення наступних завдань:

- охарактеризувати особливості та значення економічної сутності ринку продукції вівчарства;
- узагальнити сутність та зміст організаційно-економічного механізму ринку продукції вівчарства;
- розкрити теоретичні і методичні підходи до оцінювання ринку продукції вівчарства;
- проаналізувати сучасний стан виробництва продукції вівчарства;
- здійснити оцінку становлення та функціонування ринку продукції вівчарства;
- розкрити особливості формування та функціонування кормовиробництва – як елемента забезпечення ефективного виробництва продукції вівчарства;

- обґрунтувати перспективні напрями формування ринку продукції вівчарства;
- запропонувати стратегію розвитку галузі вівчарства;
- удосконалити інвестиційно-іноваційне забезпечення розвитку галузі вівчарства.

*Об'єктом дослідження* є процеси організаційно-економічного механізму забезпечення розвитку ринку продукції вівчарства.

*Предмет дослідження* охоплює сукупність теоретичних, методичних і науково-практичних аспектів, пов'язаних із функціонуванням й розвитком організаційно-економічного механізму ринку продукції вівчарства та подальшого його розвитку.

**Методи дослідження.** Теоретичні і методологічні засади дослідження засновані на діалектичному методі, системному підході у вивченні соціально-економічних процесів, явищ і загальносистемні принципи проведення комплексних досліджень. При розгляді основних понять і категорій, що формують організаційно-економічний механізм ринку продукції вівчарства, були використані такі методи: теоретичного узагальнення, статистичний, аналогії та абстрактно-логічні методи.

У роботі використані методи: історичний та теоретичного пізнання – для аналізу еволюції теоретичних поглядів на природу поняття «ринку продукції вівчарства»; монографічний – при опрацюванні літературних джерел; абстрактно-логічний та діалектичний – для теоретичних узагальнень, уточнення понятійного апарату щодо ринку продукції вівчарства в процесі вивчення публікацій, нових і вже досягнутих практичних результатів, формулювання висновків; наукової абстракції (для формування теоретичних узагальнень, висновків), статистичний (при обрахуванні середніх значень показників, відхилень, темпів росту та приросту), системний підхід і структурно-логічний аналіз (при побудові логічної структури дисертаційної роботи), математичної статистики (при оцінюванні стану ринку продукції вівчарства, кореляційно-регресійного аналізу), табличний і графічний методи – для наочного

зображення одержаних результатів, стратегічного аналізу (при побудові методу DEA), порівняльного аналізу (у процесі аналізу розвитку ринку продукції вівчарства). У процесі обробки матеріалів дослідження застосовувалися сучасні технології та програмне забезпечення.

Інформаційно-аналітичну базу дослідження склали нормативно-законодавчі акти, дані Державної служби статистики України, наукова література за темою дослідження, дані аналітичних і рейтингових агенцій, звіти FAO, експертні оцінки й публікації USDA, результати особистих досліджень автора, інформаційні ресурси мережі Internet.

**Наукова новизна одержаних результатів** дисертаційного дослідження полягає у розробці теоретико-методичних основ, організаційно-економічного механізму і практичних рекомендацій щодо розвитку ринку продукції вівчарства. Найвагоміші результати, що визначають новизну дисертаційного дослідження, полягають у наступному:

*удосконалено:*

— концептуальний підхід до побудови та реалізації галузево-територіальної моделі кластера по виробництву продукції вівчарства, що сприятиме підвищенню конкурентоспроможності галузі, збереженню природних, трудових і виробничих ресурсів території, активізації підприємницької діяльності, зростанню рівня інноваційно-інвестиційної привабливості та економічного розвитку сільських територій;

— рекомендації щодо формування стратегії розвитку галузі вівчарства на основі спрогнозованої ефективності експорту й імпорту м'яса баранини, виробництва продукції вівчарства, за допомогою методу DEA, що дало можливість визначити комплексною оцінкою рівень відносної ефективності виробництва продукції вівчарства у сільськогосподарських підприємствах та господарств населення;

— методичні положення оцінки ефективності функціонування складових організаційно-економічного механізму у розвитку галузі вівчарства, що дало можливість виявити неефективні складові механізму, рівень

гармонізації всіх складових, розробити та здійснювати на цій базі систему заходів, що забезпечать підвищення загальної ефективності організаційно-економічного механізму, де всі складові й інструменти повинні найбільш гармонійно поєднуватися та доповнювати один одного. Це дозволило сформулювати цілі, які в сукупності дозволять визначити ключові проблеми та резерви підвищення ефективного функціонування ринку продукції вівчарства;

— шляхи розвитку галузі вівчарства, зокрема запропоновано «Проект виробництва продукції вівчарства» на основі запровадження модульних ферм на 600 голів овець, що передбачає реструктуризацію виробництва щодо: правового статусу майна, організаційної структури підприємств, структури виробничої програми та залучення капіталу, структури персоналу і основних виробничих фондів тощо;

— наукові підходи для побудови інвестиційно-інноваційної моделі галузі вівчарства, яка дозволить пропорційно вирішувати проблеми, що виникнуть при зміні інвестиційного забезпечення інноваційних процесів оновлення галузі вівчарства;

*набули подальшого розвитку:*

— тлумачення поняття «Ринок продукції вівчарства», на основі узагальнення та систематизації існуючих підходів і трактування даного терміну «як один із основних елементів продовольчого ринку країни і цілому АПК, на якому відбувається реалізація продукції вівчарства (м'ясо, молоко, вовна і т.д.), шляхом обміну, купівлі і продажу, домовленостями, зв'язками, між суб'єктами, які займаються господарською діяльністю, під впливом попиту, пропозиції, ціни та конкуренції з метою отримання прибутку»;

— системний підхід до аналізу та оцінки сучасного стану виробництва продукції вівчарства з врахуванням обмежуючих факторів, які включають: недостатній попит на продукцію, нестачу кваліфікованої робочої сили, низька конкурентоспроможність продукції вівчарства, фінансові обмеження та збут продукції тощо;

— формування конкурентних переваг і запровадження диверсифікації виробництва нішевої продукції вівчарства, а саме виробництво халяльної продукції, як для внутрішнього споживання так і для експортування за кордон, зокрема арабо-мусульманських країн;

— рекомендації щодо дотримання принципів і раціональної організації міцної кормової бази галузі вівчарства, що дозволить підвищити рівень ефективності та конкурентоспроможності даної галузі.

**Практичне значення одержаних результатів.** Основні положення та пропозиції доведені автором до рівня методичних розробок і практичних рекомендацій, які спрямовані на удосконалення організаційно-економічного механізму забезпечення розвитку ринку продукції вівчарства.

Окремі теоретичні й практичні положення дисертації використано в навчальному процесі Подільського державного аграрно-технічного університету при викладанні дисциплін «Економіка підприємств», «Економіка аграрного виробництва» та «Економіка та організація об'єднань діяльності підприємств» (довідка № 71-01-797/2 від 10.10.2018р.).

Рекомендації щодо ефективного виробництва продукції вівчарства, проектування та будівництва модульних ферм схвалені та прийняті для практичного використання відділом агропромислового розвитку, екології та природних ресурсів Кам'янець-Подільської районної державної адміністрації Хмельницької області ( довідка № 958/01-09/20018 від 12.11.20018).

Результати дослідження автора, щодо виробництва «халяльної» продукції вівчарства впроваджено у практичну діяльність ТОВ «Меріно-Україна» Кам'янець-Подільського району Хмельницької області (довідка № 21 від 14.11.2018 р.).

Результати наукового дослідження використано в діяльності департаменту агропромислового розвитку, екології та природних ресурсів Хмельницької обласної державної адміністрації (довідка № 01-01/5901 від 27.11.2018 р.) при розробці заходів, спрямованих на забезпечення розвитку та підвищення виробництва продукції вівчарства.

**Особистий внесок здобувача.** Дисертаційне дослідження є самостійною науковою роботою автора. Наукові результати, висновки і пропозиції, що виносяться на захист, отримані автором особисто. З наукових робіт, опублікованих у співавторстві, в дисертаційній роботі використовувалися лише ті положення та ідеї, які є результатом особистих досліджень дисертанта. У дисертації не використовувались ідеї та розробки, що належать співавторам.

**Апробація результатів дисертації.** Основні результати наукового дослідження доповідались і отримали позитивну оцінку на міжнародних та всеукраїнських науково-практичних конференціях, зокрема на: II Міжнародній науково-практичній конференції «Глобальний економічний простір: детермінанти розвитку». (м. Миколаїв, 2016 р.); Міжнародній науково-практичній Інтернет-конференції науковців, аспірантів та студентів «Актуальні проблеми управління та адміністрування: теоретичні і практичні аспекти» (м. Кам'янець-Подільський, 2016 р.); Міжнародній науковій – практичній конференції «Аграрна наука та освіта Поділля» (м. Кам'янець – Подільський, 2017 р.); Міжнародній науковій – практичній конференції «Аграрна наука та освіта в умовах Євроінтеграції» (м. Кам'янець – Подільський, 2018 р.).

**Публікації.** Результати дисертаційного дослідження опубліковано у 9 наукових працях загальним обсягом 2,77 друк. арк., в тому числі 5 статей у наукових фахових виданнях ( з яких 1 стаття у виданні іноземної держави та 1 стаття в електронному фаховому виданні) і 4 тез доповідей на науково-практичних конференціях.

**Структура та обсяг дисертації.** Дисертація складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел і додатків. Основний обсяг роботи становить 214 сторінок друкованого тексту у тому числі основного тексту – 185 сторінки. Дисертація містить 50 таблиць на 54 сторінках, 39 рисунка на 39 сторінках, 9 додатків на 9 сторінках. Список використаних джерел містить 177 найменувань.

## **РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО – МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ ТА ФУНКЦІОНУВАННЯ РИНКУ ПРОДУКЦІЇ ВІВЧАРСТВА**

### **1.1.Економічна сутність ринку продукції вівчарства**

У процесі становлення і розвитку товарно-грошових відносин на основі купівлі-продажу продукції вівчарства формується найважливіший економічний механізм – ринок, який, у свою чергу, не може існувати без таких його основних елементів: як попит, пропозиція, конкуренція і ціни. І саме тому ринок сприяє вирішенню трьох основних економічних завдань:

1. Що виробляти, які товари, послуги визначають не парламент чи уряд, а покупці та продавці [1, с. 71].
2. Як виробляти товари визначає конкуренція між виробниками.
3. Для кого виробляти товари визначає попит [1, с. 71].

Дослідження ринку та його стану – одна з провідних тем економічної науки. У процесі історичного розвитку і становлення ринкового (товарного) господарства змінилося розуміння ринку і ринкового механізму, структура, функції, суть, значення, що дало поштовх до зміни самого ринку і його ролі в економіці [2].

Ринок – це найбільш розповсюджена категорія в економічній теорії та практиці. Існує багато тлумачень ринку як у вітчизняній, так і зарубіжній літературі, що у міру свого розвитку виробництва і обміну це поняття збагачувалося і змінювалося [2].

Тому ринок – поняття складне і багатогранне, який виник сотні років тому як наслідок природно-історичного розвитку виробництва й обміну, що породили товарне ведення господарства. Відбувалося це через розвиток суспільного поділу праці, появу економічно самостійних, юридично незалежних господарюючих суб'єктів і перехід від натурального виробництва до прямого продуктообміну, а потім і до товарного обміну на ринку. Спочатку домінувало побутове розуміння поняття «ринок» як синоніма терміну «базар»

– певної ринкової площі, на якій велась роздрібна торгівля. З XII ст. у містах відбуваються численні регулярні ярмарки. Замість «ринок» все частіше застосовують термін «район торгівлі». Саме тому французький економіст – математик XVIII ст. Антуан-Огюстен Курно першим в науковій літературі визначення поняття «ринок» починає з терміну «район». Ринок, на його думку, це всякий район, на якому відносини покупців і продавців один з одним настільки вільні, що ціни на одні й ті самі товари мають тенденцію легко і швидко вирівнюватись [2]. Позитивним у цьому визначенні є характеристика ринку через відносини його суб'єктів.

Англійський теоретик В. Джевонс в якості основного критерію ринку висунув «тісноту» відносин між продавцями і покупцями, а сам ринок, на його думку, являє собою групу людей, що вступають у ділові відносини і укладають угоди з приводу будь – якого товару [3, с. 90]. Це неповне визначення ринку, тому що воно обмежується тільки відносинами обміну і не охоплює відносини виробництва.

Класична економіка часів Адама Сміта XVIII – XIX ст. виходила з максимально обмеженої ролі втручання держави в економіку, тому він у своїх працях розглядав ринок як саморегульовану систему, що найефективніше розподіляє ресурси. За словами А. Сміта, ринкова економіка в умовах конкуренції забезпечує найкращий результат для всіх. Держава не повинна втручатись (або мінімально втручатись) в економічну діяльність господарюючих суб'єктів, але мусить захистити конкуренцію, не допускаючи її обмеження, а також створити загальні умови виробництва: розвивати освіту, будувати дороги, мости, забезпечувати зв'язок тощо [6, с. 20]. Він також у своїй головній роботі [14] зазначав: «Можливість обміну веде до розподілу праці, то ступінь останнього завжди повинна обмежуватися межами цієї можливості обміну, або, іншими словами, розмірами ринку. Коли ринок незначний, то ні у кого не може бути сумнівів присвятити себе цілком якомусь одному заняттю з погляду неможливості обміняти весь надлишок продукту своєї праці, який перевищує власні потреби, на потрібні йому продукти праці інших людей».



Засновники неокласичного напрямку А. Маршал, А. Пігу, досліджуючи та розвиваючи ідеї класичної економіки з урахуванням сучасних умов, також заперечують необхідність втручання держави в економіку, розглядаючи ринок як саморегульовану економічну систему, здатну самотійно встановлювати необхідну рівновагу між сукупним попитом і сукупною пропозицією [8, с. 16].

Марксистський напрям XIX – XX ст. (засновниками якого є К. Маркс і Ф. Енгельс), досліджуючи систему законів капіталістичного суспільства з позицій робітничого класу, заперечували приватну власність і ринок [8, с. 15].

На протипагу неокласикам, з'являється одна з провідних сучасних теорій – кейнсіанство, яке виникло в 30-х роках XX ст. Засновником теорії якої є Дж. М. Кейнс, який обґрунтував об'єктивну необхідність активного втручання держави в регулювання ринкової економіки шляхом стимулювання сукупного попиту й інвестицій через проведення певної кредитно – бюджетної політики.

В економічній літературі використовується багато визначень ринку, які в цілому правильно відображають його суть.

Американські економісти масачусетського університету Фішер С., Дорнбуш Р., Шмалензі Р. відмічають те, що ринок являє собою пакет угод, за допомогою яких продавці і покупці товарів і послуг вступають в контакт з приводу купівлі-продажу даних товарів або послуг [9, с. 44].

Французький вчений Арман Дейан, досліджуючи ринок наголошував на тому, що ринок повинен відповідати на питання «хто?», «що?», «де?», «коли?», «як?» і «чому?», і з цією ціллю необхідно вивчити деякі характеристики учасників ринкового процесу.

Щоб відповісти на питання «хто?», необхідно вивчити статус, географічне місцезнаходження, розподіл по соціально-економічних критеріях (стать, вік, рівень освіти і доходів, область професійної діяльності) як фізичних, так і юридичних осіб. Щоб відповісти на питання «що?», «де?», «коли?» і «як?», потрібно вивчити поведінку фізичних і юридичних осіб, а саме: що, в якій кількості, в який сезон року (день тижня), з якою частотою купується; як відбувається купівля товару, використання і його споживання; хто купує, хто

встановлює необхідність купівлі, чи йде річ купівлі ціленаправленої або випадкової; як розповсюджується інформація; відносно фірм – посередників, які їх критерії при виборі постачальників, звичайний порядок закупок і оплати товару. Щоб відповісти на питання «Чому?», вивчаються потреби суб'єктів ринку [7, с. 16].

Британський економіст Поллі Хіл в одній із своїх статей дав визначення ринку, як місцю торгівлі, в якому проявляється санкціонований публічний схід продавців і покупців товарів, зустріч яких відбувається строго окресленими і визначеними границями і наперед зазначений час [12, с. 517].

Лауреат Нобелівської премії з економіки Ф. Хайєк визначає ринок як складний передавальний механізм, що дозволяє якомога повніше і ефективніше використовувати інформацію розпорошену через численних індивідуальних суб'єктів [17, с. 26].

Значний вплив на розвиток економічної думки у XIX – на початку XX ст. в Україні внесли вчений-економіст М. Туган-Барановський, професори Н. Бунге, Д. Піхно, А. Антонович, О. Білімович, які розглядали приватну власність на засоби виробництва як природну умову економічного прогресу, визнавали позитивну роль ринку і конкуренції, критикували економічне вчення К. Маркса [10].

У сучасній економічній українській літературі наведено багато визначень поняття «ринок». Так, на думку Кириленка В.В., ринок – це сукупність відносин (актів) купівлі-продажу товарів і послуг; спосіб взаємодії виробників і споживачів, заснований на децентралізованому, безособовому механізмі цінових сигналів [5, с. 24].

С. Будаговська, О. Кілієвич, І. Луніна вважають, що ринок є одним із важливих суспільних інститутів, що закріплює і регулює всю сукупність процесів виробництва та обміну [4, с. 18].

В. О. Рибалкін трактує ринок як економічні взаємовідносини, які виникають у процесі товарно-грошових взаємозв'язків виробництва і споживання, обслуговування потреб пропозиції і попиту [11]. Базилевич В. Д.

розглядає ринок як систему економічних відносин, пов'язаних з обміном товарів та послуг на основі широкого використання різноманітних форм власності, товарно-грошових і фінансово-кредитних механізмів) [8, с. 189].

Уразов А. У., Саух І. В., Маслак П. В. під ринком розуміють певне економічне середовище, де відбуваються певні економічні дії (купівля, продаж, інвестування, позика тощо), що здійснюються різними економічними особами (домогосподарствами, фірмами, державою тощо) [13, с. 143].

Місюк М. В. формулює ринок як економічний порядок, при якому різносторонні інтереси виробників і споживачів, що виникають за обмежених ресурсів, вирішуються механізмом конкуренції, взаємодією ринкового попиту і ринкової пропозиції. Він дає можливість здійснювати синхронізацію рішень з продажу та купівлі, коригувати та встановлювати ціни рівноваги, що перешкоджають виникненню надлишків або нестачі продуктів [15, с. 12].

Отже, систематизуючи трактування сутності ринку різних вчених-економістів, можна стверджувати, що ринок виник, як механізм і система регулювання сукупності суб'єктів у певному середовищі, які пов'язані між собою обміном, домовленостями, зв'язками, купівлею і продажом товарів чи послуг, під впливом історичних, технологічних, політичних, економічних та соціальних змін.

Досліджуючи значення «ринку», слід звернути увагу на його структуру, типи і види. Під структурою ринку розуміють кількість і потенціал покупців та продавців, співвідношення між покупцями і можливостями їх споживання, з одного боку, і продавцями, їх здатністю створювати товари і надавати послуги, з іншого боку [5, с. 27]. Оскільки кількість і потенціал покупців і продавців неоднакові на різний товар і в різних регіонах, виникають різні типи ринку:

1. Нерозвинений ринок характеризується випадковістю ринкових відносин, товарним (бартерним) обміном [3, с. 92].

2. Вільний (класичний) ринок – це безліч господарюючих суб'єктів на ґрунті економічної (досконалої) конкуренції, свобода у виборі господарської діяльності, необмежена свобода руху виробничих ресурсів, мобільність,

принципи раціональності господарювання, стандартизований продукт, відсутність суб'єктивного впливу на ціноутворення, ціни встановлюються стихійно у ході вільної (досконалої) конкуренції, відсутність монополії і державного регулювання [3, с. 92].

3. Регульований (цивілізований) ринок – результат еволюції ринкової економіки. Регулювання здійснюється двома способами: через співвідношення попиту, пропозиції (механізм ціноутворення, саморегулювання ринку); через втручання в економічні процеси держави (податки, державні замовлення, соціальна допомога, інвестиції тощо) [3, с. 92].

4. Надмірне втручання держави в ринкові процеси веде до деформації ринку [3, с. 92].

Крім розмаїття типів ринку, можна виділити також безліч різних його видів, які відрізняються між собою певними специфічними особливостями. В економічних дослідженнях види ринків класифікують за такими різними ознаками:

а) за функціональною ознакою або за економічним призначенням об'єктів ринкових відносин;

б) за характером продажу або за видами учасників ринкових договорів;

в) залежно від того, продається реальний товар чи тільки контракт (документально оформлений договір) на цей товар;

г) за рівнем насичення ринків [5, с. 29];

д) за територіальним охопленням ринків [13, с. 144].

Ринок, як система, виконує цілий ряд функцій:

- функція зв'язуючої ланки виробника і споживача;
- функція встановлення основних пропорцій в сільському господарстві;
- функція визначення суспільної значимості даного продукту і затрат праці;
- функція забезпечення високої ефективності виробництва;
- функція реалізації економічних інтересів продавців і покупців;

— функція забезпечення демократизації господарського життя, реалізації принципів самоуправління [16, с. 8].

Тому функціонування ринку продукції вівчарства знаходить своє відображення у таких його основних функціях (рис. 1.1):

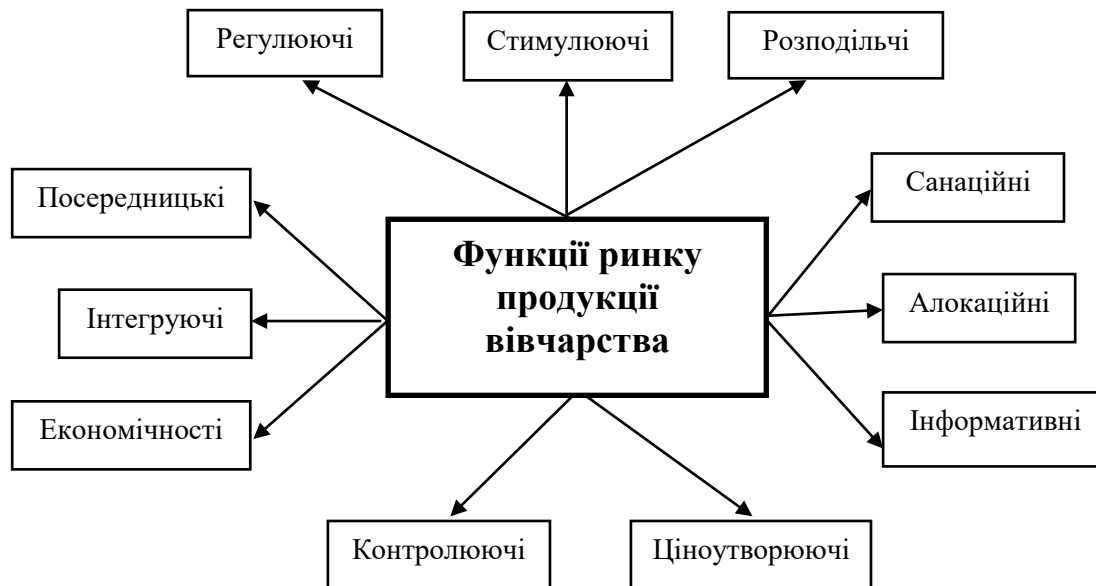


Рис. 1.1. Основні функції ринку продукції вівчарства

Джерело: власні дослідження.

— функція регулювання. Ринок регулює всі економічні процеси – виробництво, обмін, розподіл і споживання, визначаючи пропорції і напрями розподілу економічних ресурсів на мікро – та макрорівні за рахунок розширення або звуження попиту й пропозиції [8, с. 195];

— функція стимулювання. Ринок спонукає виробників товарів і послуг до зниження витрат, підвищення якості та споживчих властивостей товарів. Він створює дієвий механізм мотивації праці, стимулює підвищення ефективності економіки на основі впровадження найпередовіших досягнень НТП [8, с. 195];

— розподільча функція. Доходи виробників і споживачів у ринковій економіці диференціюються через ціни, зумовлюючи соціальне розшарування суспільства за доходами [8, с. 195];

— функція санації. Ринок через конкуренцію очищає економічне середовище від неконкурентоспроможних господарств і підтримує

найефективніші. Цей механізм санації економічного довкілля деперсоніфікований і тому не може бути упередженим і справедливим [8, с. 195];

— алокаційна функція. Ринок забезпечує виробництво оптимальної комбінації товарів та послуг за допомогою найефективнішої комбінації ресурсів. Ефективною є така комбінація ресурсів, за якої товари та послуги виробляються з мінімальними альтернативними витратами [8, с. 195];

— інформативна функція. Ринок через ціни інформує виробника, торговця, споживача про те, що вигідно виробляти й купувати, а що – ні, скільки чого треба запропонувати, на які верстви населення варто орієнтуватися у своїй господарській діяльності тощо [8, с. 195];

— посередницька функція. Вона пов'язана з доведенням товару від виробників до споживачів з метою задоволення їхніх потреб [6, с. 56];

— інтегруюча функція входить в з'єднання в сферу виготовлення, сферу споживання, а також торговців – посередників при включенні їх в єдиний процес активного обміну продуктами праці і послуг;

— контролююча функція ринку. Виконує роль головного контролера кінцевих результатів виготовлення. На ринку з'являється, якоюсь мірою потреба купців не тільки їх кількості, але і в якості товарів і послуг;

— ціноутворююча (або еквівалентна). Являє собою встановлення цінних еквівалентів для обміну продуктів. При цьому ринок вимірює затрати і результати, виявляє цінність товару, визначаючи не тільки кількість затраченої праці, але і його вигоду [18, с. 11];

— функція економічності. Забезпечує економічність споживання, скорочення обігу у сфері споживання, пропорційність попиту населення з його доходами [15, с. 9].

Ринок продукції вівчарства є однією з основних галузей продовольчого ринку країни, розвиток якого має велике значення для зростання національної економіки, забезпечення населення продуктами харчування та надання

підприємствам сировини. Створення ринку продукції вівчарства та продуктів її переробки є основним завданням АПК в Україні на сучасному етапі. Формування ринку продукції вівчарства, особливо в умовах кризи, важлива функція держави, яка має забезпечувати створення державного фонду і запасів сировини та продуктів її переробки, централізовані державні закупівлі потрібної кількості вівчарської продукції і продуктів її переробки. Для забезпечення нормального функціонування ринку продукції вівчарства необхідне існування ряду систем, підсистем, служб, підприємств, які обслуговують, укладають, опосередковують ринкові угоди, тому що, без відповідної інфраструктури неможливе існування ринку.

Поняття «інфраструктура ринку» являє собою сукупність різних установ та інститутів, певних видів діяльності, які забезпечують рух об'єктів власності [6, с. 59]. І саме тому, на нашу думку, потрібно виділити такі елементи, які можуть формувати інфраструктуру ринку продукції вівчарства (рис. 1.2):

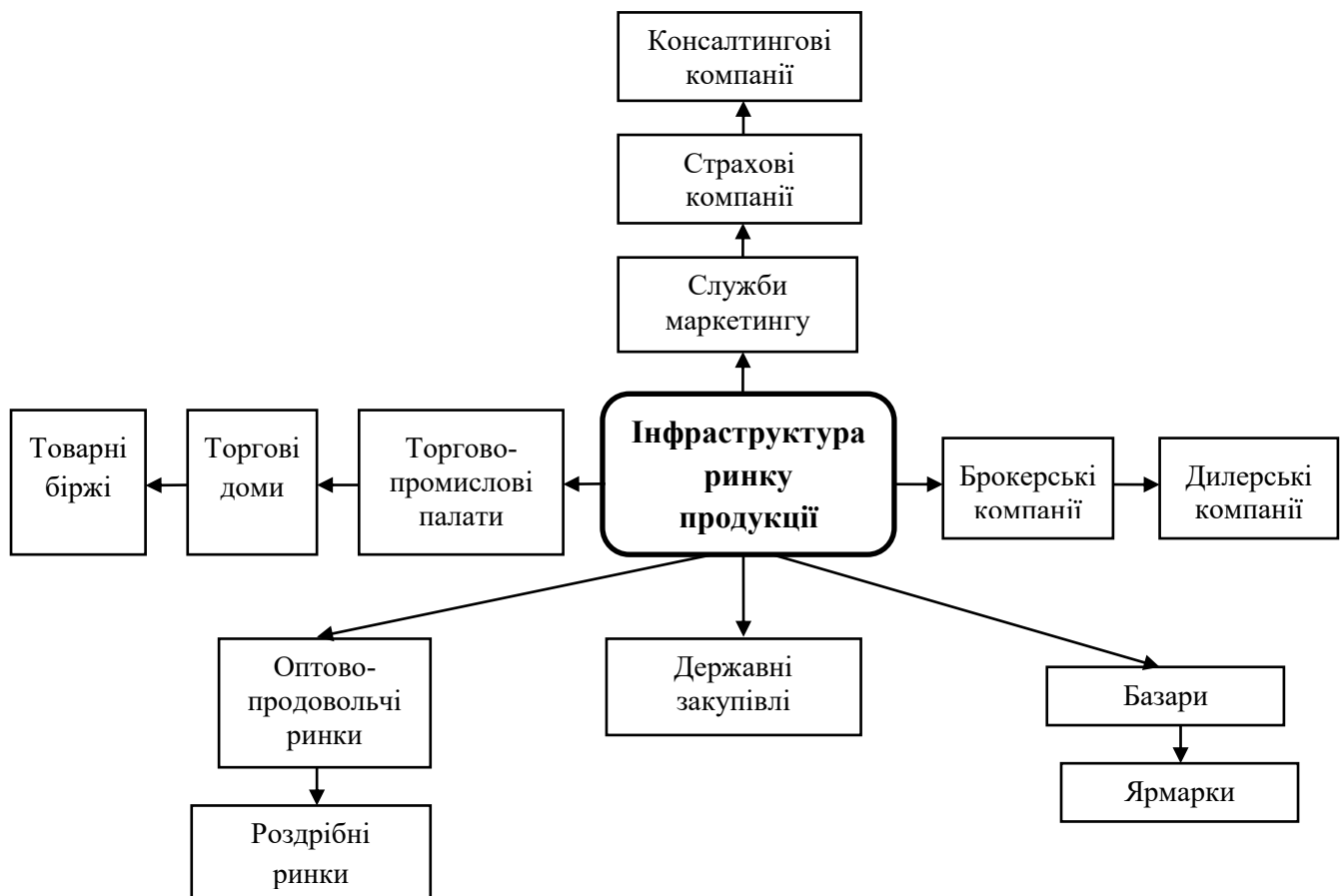


Рис. 1.2. Базова інфраструктура ринку продукції вівчарства

Джерело: власні дослідження.

1) торгово-промислова палата – це міжнародна суспільна або державна організація, що сприяє розвитку економіки і торгівлі, в першу чергу – зовнішньоторгових відносин між країнами. Вона допомагає об'єднати ділові круги фірм, установити торгові зв'язки, які надають необхідну інформацію учасникам торгових операцій;

2) товарна біржа – установа, в якій здійснюються оптові угоди з купівлі-продажу товарів за зразками і стандартами на основі попередньої біржової експертизи, тобто продаються і купуються, як правило, не самі товари, а контракти на їх постачання.

3) служби маркетингу (від англ. market – ринок) – це сукупність спеціалізованих компаній, агентств і організацій, різноманітна діяльність яких пов'язана з ринком товарів, послуг і цінних паперів. Основне їх призначення – стимулювати збут товарів, розвивати і прискорювати просування товарів на ринку з метою кращого задоволення потреб споживачів й отримання прибутку. Діяльність служб маркетингу спрямована на організацію і вдосконалення продажу продукції. Для цього вони розробляють товари, визначають види й установлюють їх характеристики; проводять маркетингові дослідження – вивчають ринок товарів і послуг, попит і пропозицію, поведінку споживачів, ринкову кон'юнктуру, динаміку цін; здійснюють різноманітні рекламні заходи, розраховані на певний період часу, район дії, ринок, коло осіб; займаються розробкою рекламних засобів і розміщенням реклами; надають послуги творчого й інтелектуального характеру;

4) брокерські компанії – це брокерські фірми, контори, представництва, асоціації, які створені для спільного надання посередницьких послуг при проведенні торгових, біржових операцій. Завдання брокерських компаній: зводити разом покупців і продавців; діяти в якості агента продавця і покупця; здійснювати операції купівлі-продажу; отримувати за свої послуги платню – комісійну або брокерську винагороду;

5) страхові компанії – це комерційні організації, які надають послуги в царині страхування, виступають у ролі страховиків майна і життя своїх



клієнтів. Страхові компанії беруть на себе обов'язки відшкодувати останнім втрати в різних непередбачених обставинах, тобто при виникненні страхового випадку [5, с. 31];

6) торговий дім – різновид фірми, асоціації торгових, виробничих та інших підприємств, до яких часто приєднуються і банки, що здійснюють широкий комплекс експортно-імпортних операцій, в т. ч. кредитно-фінансових, транспортно-експедиційних, страхових та маркетингових;

7) дилерські компанії – фірми, які, на відміну від брокерських, виступають на біржі від свого імені, здійснюють посередницькі операції за власні кошти і тому ризик за результати цієї чи іншої угоди беруть самі на себе дилерські фірми або дилери;

8) консалтингова компанія – діяльність цих спеціалізованих компаній направлена на надання інтелектуальних послуг виробникам, продавцям, споживачам з різних питань виробничої, зовнішньоекономічної діяльності, створення та реєстрації фірм, дослідження та прогнозування ринків товарів та послуг, розробки бізнес-проектів, маркетингових програм, інноваційної діяльності, підготовки статистичних та інших документів тощо;

9) ярмарки – це періодичні торги, які проводяться в певному місці, вони можуть бути всесвітні, міжнародні, національні, регіональні та місцеві [6, с. 59].

10) базар – це торгівля (переважно приватна) продуктами харчування або предметами широкого вжитку (часто в певні дні тижня) на площі або в спеціально збудованому місці [19];

11) оптовий продовольчий ринок – це місце купівлі-продажу конкурентоспроможної сільськогосподарської сировини і продовольства оптовими і роздрібними торговельними підприємствами і приватними торговцями [20];

12) роздрібний ринок – це майновий комплекс, призначений для здійснення діяльності з продажу товарів (виконання робіт, надання послуг), на основі вільно, які визначаються безпосередньо при укладанні договорів

роздрібної купівлі-продажу та договорів побутового підряду цін і має у своєму складі торгові місця [21];

13) ринок державних закупівель – придбання замовником товарів, робіт і послуг за державні кошти у порядку, встановленому згідно із законодавством [22].

Як і кожен ринок, ринок продукції вівчарства також залежить від таких основних елементів, які його формують: попиту, пропозиції, ціни та конкуренції.

Будь-яке дослідження ринку починається з попиту. Це пов'язано з тим, що попит є найбільш ефективним параметром зміни ринкового механізму і проявляється через потреби. Для того, щоб задовольнити потреби, необхідно мати певну кількість конкретних благ, здатних задовольнити цю потребу. Попит відображає потребу в конкретних кількостях товарів, певного споживчого призначення, але не всі потреби, а тільки ту її частину, представлену на ринку, яка забезпечена грошовими коштами [23, с. 34].

У загальному значенні попит – це та кількість блага, яку споживач готовий придбати при певному рівні цін у певний період часу [23, с. 34].

Розрізняють індивідуальний і ринковий попит. Попит окремого споживача називають індивідуальним попитом. Чим нижче буде ціна товару, тим більш привабливим він буде для споживача. Така обернена залежність між ціною товару та величиною на нього досить стійка, що дозволяє вивести закон попиту: зростання ціни на товар супроводжується зменшенням попиту на нього, а зниження цін викликає збільшення кількості товару, яку бажає придбати споживач.

Математичним виразом закону попиту, який вперше сформулював 1838 року А. Курно, є функція:

$$Q_d = f(P), \quad (1.1)$$

де  $Q_d$  – обсяг попиту;

$P$  – рівень ціни.

Як стверджує американський економіст Луїс М. Б. Кабраль:

«Крива попиту може використовуватися двояко. По-перше, знаючи ціну ми зможемо передбачити кількість придбаних товарів. Воно буде відповідати готовності платити цю ціну або більшу. По-друге, за допомогою кривої попиту можна виміряти надлишок споживача» [25, с. 28].

Графічно взаємозв'язок між ціною та обсягом попиту виражається кривою попиту (рис. 1.3), яка показує зв'язок між ціною продукту  $P$  і кількістю попиту на нього  $Q$ :

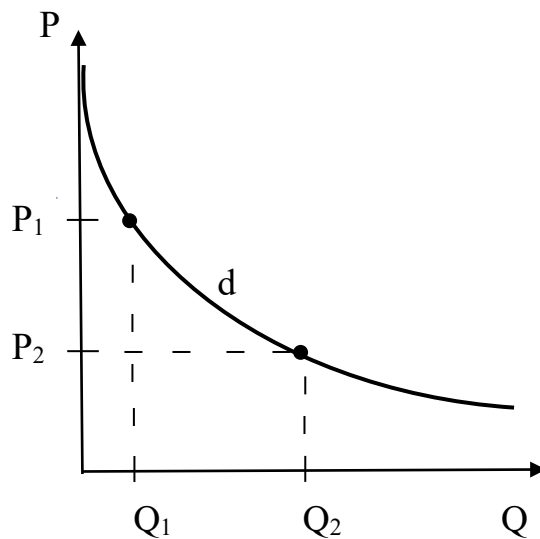


Рис.1.3. Крива попиту

Джерело: адаптовано на основі [23].

Простежуючи обернену залежність між кількістю реалізованої продукції і ціною, П. Самуельсон сформулював закон поступового зниження попиту, пояснюючи його тим, що зниження ціни на певний товар розширює коло покупців; зниження ціни може спонукати споживача зробити додаткові покупки; зниження попиту за зростання ціни пояснюється тим, що споживач намагається замінити його іншими товарами (наприклад, м'ясо свинини – на баранину), а також тим, що він стає біднішим і споживає менше товару [27].

Порівняння двох варіантів обґрунтування однієї причинно-наслідкової залежності дає підставу стверджувати, що логічніше цей закон сформульовано як закон попиту, оскільки закон зниження попиту, за П. Самуельсоном, відображає лише одну зі сторін взаємозв'язку між попитом і підвищенням цін, а

закон попиту виражає залежність між попитом і зниженням цін. Загалом ці економічні закони відображають не глибинні, внутрішньо необхідні, суттєві зв'язки між окремими явищами і процесами, а поверхневі, на рівні здорового глузду [27].

З цього приводу американські економісти при обґрунтуванні закону попиту зауважили, що здоровий глузд і елементарне спостереження узгоджуються з кривою попиту, а К. Еклунд зазначив, що ця модель у простій формі описує деякі діючі у господарстві сили [27].

Ринковий попит – це сумарний попит усіх споживачів при даному рівні цін у певний період часу. Функція ринкового попиту має такий вигляд [23, с. 34]:

$$Q_d = f(P, I, G, P_{sub}, P_{com}, N, W), \quad (1.2)$$

де  $G$  – споживацькі переваги;

$P_{sub}, P_{com}$  – ціни товарів-субститутів та комплектарних товарів;

$N$  – кількість споживачів;

$W$  – цінові очікування споживачів.

Зворотний зв'язок між ціною попиту та величиною попиту можна пояснити через аналіз таких ефектів:

1) ціна є своєрідним бар'єром, який заважає споживачам купувати товар у необмеженій кількості;

2) закон спадної граничної корисності, який описує цю ситуацію, твердить, що всі наступні одиниці даного товару приносять споживачеві меншу корисність;

3) на більш високому рівні закон попиту можна пояснити ефектами доходу та заміщення. Ефект доходу говорить про те, що при нижчій ціні людина може купити більше даного товару, не зменшуючи при цьому закупки інших необхідних продуктів. Ефект заміщення виражається у тому, що зі зниженням ціни у споживачів з'являється бажання придбати дешевші товари замість аналогічних дорожчих [13, с. 83].

Також слід відзначити, що закони попиту не діють в таких умовах:

1. При ажіотажному попиті, який виникає в умовах інфляції або дефіциту.
2. «Рідкості товару». Існують товари, які купуються незалежно від зміни цін;
3. «Ефекту доходу». Підвищення доходу дає можливість не тільки збільшити споживання кількісно, але і якісно [26, с. 31].

На ринку продукції вівчарства поняття «попит» проявляється, як потреба ринку в асортименті різної продукції вівчарства (м'ясо, молоко, вовна і т. д.), яка здатна задовольнити споживацький спектр за їх купівельною спроможністю протягом певного проміжку часу.

На формування попиту продукції вівчарства, на нашу думку, впливають такі основні фактори (рис. 1.4):

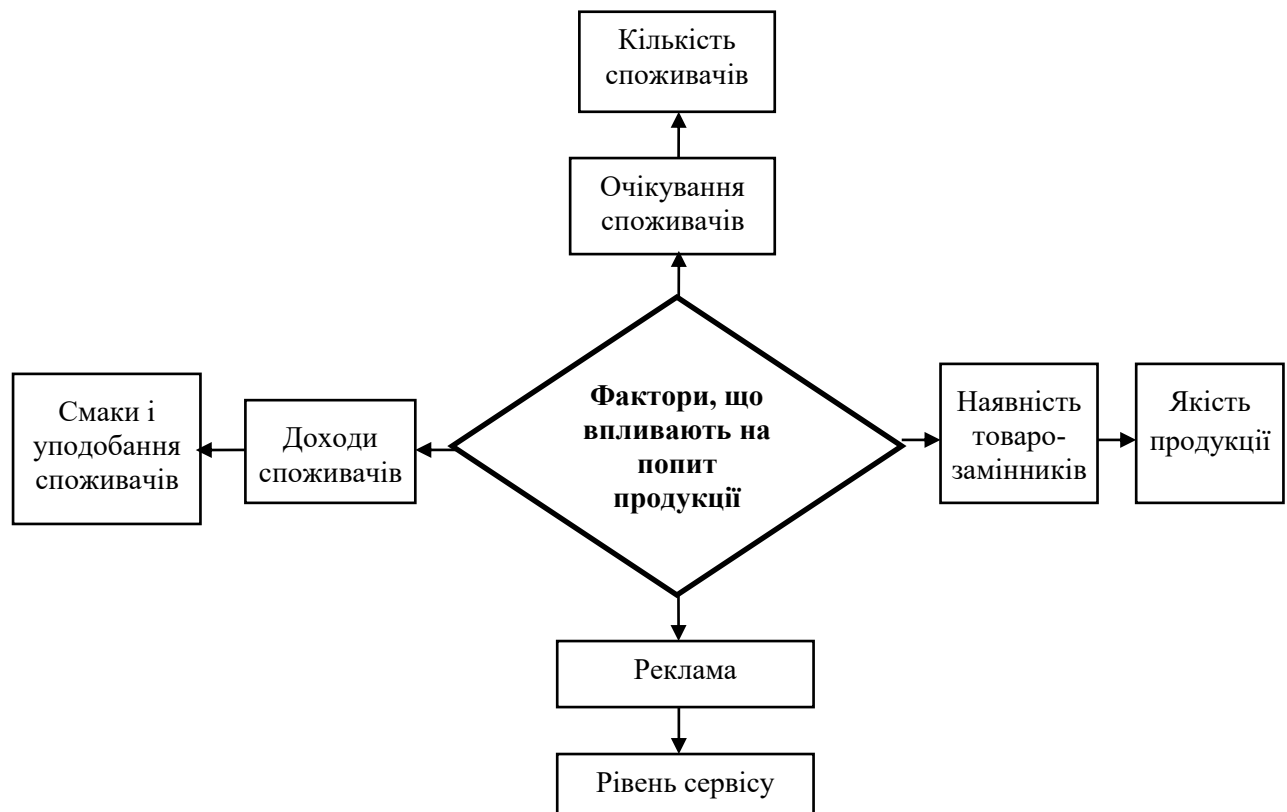


Рис. 1.4. Основні фактори впливу на попит продукції вівчарства

Джерело: власні дослідження.

- а) доходи споживачів: чим вони вищі, тим вище попит на даний товар [24];
- б) очікування споживачів: якщо вони чекають підвищення цін, за високої інфляції попит може зростати: при очікуванні зниження цін попит може

спадати [24]; в) смаки і уподобання споживачів: чим вони мінливіші, тим більша ймовірність коливання попиту [24]; г) рівень сервісу: уважні продавці, гарантії тощо ведуть до підвищення попиту [24]; д) наявність товаро-замінників [24]; е) якість продукції; є) кількість (насиченість) споживачів; ж) реклама продукції.

Також доцільно розглянути види попиту [24] та їх вплив на розвиток продукції вівчарства на ринку (табл. 1.1).

*Таблиця 1.1*

**Види попиту, їх значення та вплив на розвиток продукції вівчарства**

<b>Види</b>	<b>Значення</b>	<b>Вплив</b>	<b>Підходи що до вирішення проблеми</b>
1	2	3	4
<b>1. Негативний попит</b>	велика частина населення недолюблює товар і згодна навіть на певні витрати, аби уникнути його	споживачі негативно ставляться до продукції вівчарства (м'ясо, молоко і т. д.) ввезені з країн Африки	проаналізувати, чому ринок відчуває неприязню до товару і чи можна змінити негативне ставлення ринку за допомогою переробки товару, зниження цін і більш активного стимулювання
<b>2. Відсутність попиту (нульовий попит)</b>	цільові споживачі можуть бути не зацікавленими в товарі або байдужими до нього	фермери можуть не зацікавитись новими біодобавками (кормами) для годівлі овець	відшукати способи ув'язування властивих товару вигод із природними потребами та інтересами людини
<b>3. Прихований попит (потенційний)</b>	багато споживачів можуть мати сильне бажання, яке неможливо задовольнити за допомогою наявних на ринку товарів чи послуг	існує великий прихований попит на готову продукцію вівчарства (м'ясо, молоко і т. д.) без ГМО	оцінити величину потенційного ринку і створити ефективні товари і послуги, здатні задовольнити попит
<b>4. Падаючий попит</b>	рано чи пізно будь-яка організація зіткнеться з падінням попиту на один або кілька своїх товарів	знижується відвідуваність ринків (базарів)	звернути назад тенденцію падіння попиту завдяки творчому переосмисленню підходу до пропозиції товару
<b>5. Нерегулярний попит (коливний)</b>	збут коливається на сезонній, щоденній і навіть погодинній основі, що викликає проблеми недовантаження і перевантаження	населення більш активне на ринку у вихідні дні, тому в будні дні попит на продукцію вівчарства спостерігається менше	вишукати способи згладити коливання в розподілі попиту за часом за допомогою гнучких цін, заходів стимулювання та інших прийомів спонукання

Продовження табл. 1.1

1	2	3	4
<b>6. Повноцінний попит</b>	коли організація задоволена своїм торговим оборотом	населення на ринку повністю забезпечене продукцією вівчарства	підтримувати існуючий рівень попиту, не дивлячись на мінливі споживчі переваги і конкуренцію, що посилюється. Потрібно неухильно дбати про якість товару і обслуговування, постійно заміряти рівень споживчої задоволеності, щоб стверджувати про правильність своїх дій
<b>7. Надмірний попит</b>	рівень попиту вище, ніж підприємства можуть або хочуть задовольнити	населення буде очікувати зменшення цін на ринку продукції вівчарства	знайти способи тимчасового або постійного зниження попиту
<b>8. Нераціональний попит (ірраціональний)</b>	протидію попиту на товари, шкідливі для здоров'я, вимагає цілеспрямованих зусиль	проводяться кампанії проти ожиріння населення, які вживають продукцію вівчарства	переконати любителів чогось відмовитися від своїх звичок, поширюючи страхітливі відомості, різко піднімаючи ціни і обмежуючи доступність товару

Джерело: досліджено і адаптовано на основі [24].

Крім споживачів, у процесі обміну беруть участь і виробники (продавці) товарів і послуг, які є пред'явниками пропозиції. На відміну від попиту, пропозиція відображає іншу сторону ринкових відносин: якщо попит формують споживачі, то пропозицію – продавці. Пропозиція на ринку є результатом виробництва і відображає бажання виробників продавати свій товар.

Категорія «пропозиція» у світовій економічній літературі трактується неоднозначно. Згідно з визначенням К. Маркса, пропозиція – це продукт, який знаходиться на ринку або може бути доставлений на нього.

Американські економісти К. Макконнелл і С. Брю визначають пропозицію як шкалу, що показує різні кількості продукту, який виробник бажає і спроможний виробити і запропонувати для продажу на ринку по кожній конкретній ціні із низки можливих цін протягом певного проміжку часу.

Американський економіст Дж. Розенберг визначає пропозицію як ціну, за якою особа готова продати товари і послуги [28].

У загальному значенні пропозиція – це сукупність товарів і послуг, які є

або в кожен даний момент можуть бути доставлені на ринок, і включає в себе два моменти: а) готовність продавців до продажу того чи іншого товару або послуги; б) умови, за яких продавець згоден продати їх [6, с. 64].

Зв'язок між ціною і обсягом пропозиції описується за «законом пропозиції», який твердить: чим вища ціна (за інших однакових умов), тим більше товару за такою ціною товаровиробники готові запропонувати на ринок упродовж певного проміжку часу, і навпаки, чим нижча ціна, тим менше товарів виробник бажатиме і зможе поставити на ринок [8, с. 219].

Пропозиція встановлює залежність між ринковими цінами і тією кількістю товару, яку виробники згодні виготовити і продати. Цю залежність графічно можна зобразити у вигляді кривої пропозиції (рис. 1.5):

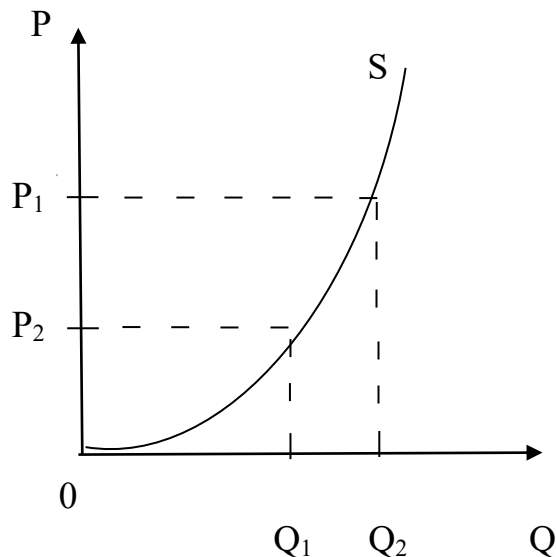


Рис. 1.5. Крива пропозиції

Джерело: адаптовано на основі [23].

На зміну обсягів пропозиції впливає як ціна, що зумовлює пересування точки по кривій пропозиції, так і перелічені нижче нецінові фактори: ціни ресурсів; технологія виробництва; кількість продавців; ціни на інші товари виробника; податки та дотації; цінові очікування продавців.

З врахуванням усіх цінових і нецінових факторів, функція пропозиції набуває вигляд [23, с. 38]:

$$Q_s = f(P, P_R, T_{ec}, N, P_n, T, W), \quad (1.4.)$$



де  $P_R$  – ціни ресурсів;  
 $T_{ec}$  – технологія виробництва;  
 $N$  – кількість продавців;  
 $P_n$  – ціни на інші товари виробника;  
 $T$  – податки та дотації;  
 $W$  – цінові очікування продавців.

Також слід звернути увагу на концепції, висунутій основоположниками теорії «економіки пропозиції», що виникла у другій половині 70-х років ХХ ст.. Представниками її є американські вчені: А. Лаффер, М. Мандель, М. Фелдстай та М. Боскін. Досліджуючи пропозицію, вони виділяли два фактори, які на неї впливають:

1. Пропозиції праці. Відомо, що зростання податків на заробітну плату означає її фактичне зменшення й призводить до скорочення пропозиції праці. Крім того, оскільки віддача від кожного додаткового часу роботи зменшується зі збільшенням податків, домашні господарства будуть працювати менше, надаючи перевагу дозвіллю.

На думку прихильників «економіки пропозиції», система державної соціальної допомоги, зокрема, великий розмір виплат у зв'язку з безробіттям також скорочує чисельність бажаючих працювати. Тому зменшення оподаткування трудових доходів та зняття інституційних перешкод сприяє розширенню пропозиції праці і забезпечує економічне зростання.

2. Пропозиції капіталу. Для стимулювання заощаджень та інвестицій і на цій основі забезпечення нарощування виробництва і зайнятості представники «економіки пропозиції» пропонують: а) зменшити граничні ставки податків на прибутки підприємств оптимальний рівень (за А. Лаффером) на 30–35% і доходи фізичних осіб [29]; б) проводити політику прискореної амортизації, що збільшує внутрішні джерела інвестицій; в) запровадити податкові пільги щодо реінвестування капіталу; г) зменшити оподаткування доходів від власності (процентів і дивідендів) [28].

Тому, виходячи з вищесказаного на формування пропозиції продукції

вівчарства впливають такі фактори (рис. 1.6).

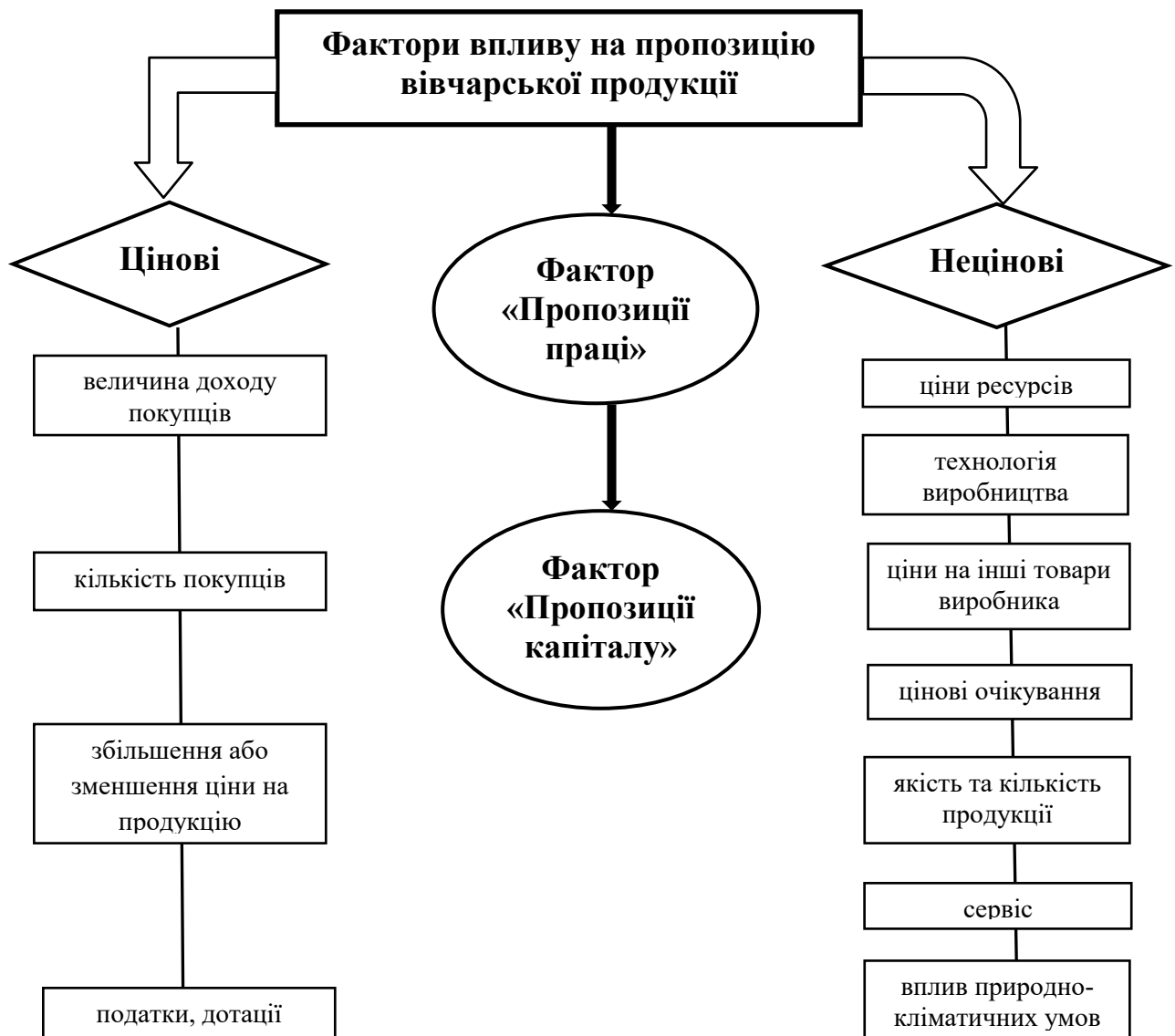


Рис. 1.6. Фактори впливу формування пропозиції на ринку продукції вівчарства

Джерело: власні дослідження.

Пропозиція на ринку продукції вівчарства проявляється як здатність і своєчасність продавцями (фермерами, господарствами населення, сільськогосподарськими підприємствами) постачати споживачам на ринок продукції вівчарства (м'ясо, молоко і т. д.) у тому обсязі, якого вони потребують, за різними цінами у певний період часу.

Наступним елементом механізму функціонування ринку продукції вівчарства є ціна. Проблема вивчення ціни належать до найскладніших розділів економічної теорії та найважливіших складових практики управління сучасною економікою. Ціна є однією з основних засад ринкової стратегії. Саме в ній фокусується вся система економічних відносин ринкової економіки та притаманних їй суперечностей. Ціна є економічною формою, в якій сфокусовані економічні відносини ринкової економіки виробництва (пропозиції) та споживання (попиту) будь-якого товару. Вона є «нервом» економіки, найважливішою ланкою ринкового механізму. Без її економічного обґрунтування неможливе нормальне функціонування господарюючих суб'єктів і цілих галузей та забезпечення соціальної справедливості в суспільстві.

Найбільший внесок у вивчення та дослідження теорії ціни зробили: Д. Рікардо, К. Маркс, М. Туган-Барановський та А. Маршалл. До них Ф. Кене запропонував концепцію витрат виробництва, в якій стверджував, що рівень ціни товару визначається витратами на його виробництво.

Д. Рікардо першим виокремив три основні фактори субстанції (тобто основи) вартості: працю, корисність (споживчу вартість) і рідкісність. Перші два фактори відіграють вартісно-утворюючу роль для більшості відтворних товарів (тобто товарів, які постійно виготовляються); третій важливий для невеликої групи товарів, які є невідтворними (шедеври мистецтва, рідкісні книги тощо). Він справедливо критикував положення Ж.-Б. Сея про те, що корисність товарів є регулятором їх вартості. Ступінь корисності, на думку Рікардо, не може бути мірою вартості, оскільки товар, який виробляється з більшими зусиллями, завжди дорожчий, ніж той, що виробляється з меншими зусиллями. Крім того, навіть двоє людей, які користуються однією і тією ж самою річчю, отримують від неї різне задоволення. Дещо однобічним було твердження Д. Рікардо про те, що визначення вартості невідтворювальних товарів (рідкісних творів мистецтва) залежить винятково від їх рідкісності, оскільки праця талановитих творців могла бути складною і тривалою [30].

У концепції граничної корисності основна роль у визначенні ціни відводилась суб'єктивно-психологічній оцінці споживачів. В. Парето вважав, що суб'єктивні оцінки покупців і продавців не можна зводити лише до психологічних, оскільки ринкові відносини також визначають правила поведінки [30].

Внеском К. Маркса у розвиток теорії ціни є чітке розмежування вартості і ціни. Вартість, на його думку, визначається суспільно необхідними витратами, є основою ціни, а співвідношення між попитом і пропозицією впливає на відхилення ціни від вартості. Визначається вартість не тим робочим часом, що витрачається на виробництво товарів, а тим, що витрачається на їх відтворення. К. Маркс поставив вартість у залежність не тільки від суспільно необхідної праці, а й від відповідності товарної маси величині суспільних потреб, суспільній споживчій вартості [30].

У перше спробу синтезувати ці два фактори ціноутворення у вітчизняній теорії зробив М. Туган-Барановський. Він запровадив у науковий обіг поняття «вартість» (як витрати засобів виробництва і праці) і «трудова вартість» (витрати живої праці), розмежував категорії «вартість» і «цінність» [30].

Вдало з приводу поєднання теорії витрат виробництва і концепції граничної корисності висловився А. Маршалл: «Сперечатися про те, регулюється вартість корисністю чи витратами виробництва, все одно, що з'ясовувати, розрізає аркуш паперу верхнє чи нижнє лезо ножиць». Він першим із західних економістів спробував синтезувати дві теорії [30].

Будучи послідовником Д. Рікардо, він розглядав ринкову ціну як результат взаємодії витрат виробництва та граничної корисності, зіткнення попиту і пропозиції [30]. І тому на основі дослідження взаємодії ціни, попиту та пропозиції А. Маршалл розробив теорію ринкової рівноваги. Це такий стан економіки, коли є відповідність між попитом і пропозицією, між ресурсами і потребами. Для аналізу цінового механізму рівноваги вчений увів в економічну науку категорію рівноважної ціни – ціни, яка врівноважує попит і пропозицію на ринку конкурентного товару, де встановлюється рівновага (рис. 1.7).

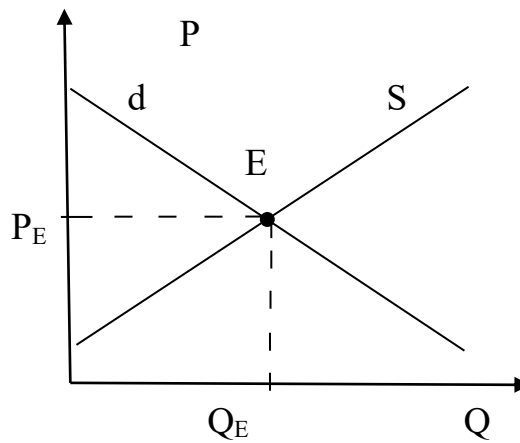


Рис. 1.7. Ринкова рівновага

Джерело: адаптовано на основі [31].

Вона ще отримала назву «хрест Маршалла» або «ножиці Маршалла» [31]. «Хрест Маршалла» свідчить про те, що тільки при ціні  $P_E$  бажання одних і готовність інших збігаються в кількості  $Q_E$ . Тому, виходячи з розглянутих теорій, можна дати узагальнене визначення поняттю «ціни». Ціна – це грошова оцінка товару, що відображає його споживчі властивості (корисність), витрати на його виробництво та інші параметри цінового і нецінового порядку, грошове вираження споживчої вартості та вартості товару [11, с. 168].

Ціна на ринку продукції вівчарства проявляється – як вартісна оцінка затрат на виробництво продукції вівчарства (м'ясо, молоко і т. д.) за його якісними та корисними властивостями. При дослідженні ціни потрібно виділити її основні функції та види. Виділяють наступні функції ціни: обліково-інформаційну; розподільчу; стимулюючу.

Розрізняють такі види цін: оптові, роздрібні, закупівельні, кошторисні, особливі ціни (тарифи), міжнародні тарифи, національні, світові, біржові, вільні [6, с. 75]. На рівень та динаміку ринкових цін впливають: чинники, які сприяють зниженню цін, та чинники, які сприяють зростанню цін [32].

Однією з визначальних рис міжнародної економіки є те, що економічні взаємовідносини її суб'єктів (виробників та продавців) проявляють себе у наступному важливому елементі при побудові та розвитку ринку – конкуренція, яка є фундаментом існування ринкової системи господарювання. Категорія

«конкуренція», як предмет дослідження, з'явився на початку XVIII ст., і зберігся до сьогодні, адже конкуренція є однією з найважливіших складових механізму функціонування ринкової економіки. Вона сприяє кращому використанню потенціалу суспільства, раціоналізації поведінки суб'єктів на ринку, виступає ключовим елементом формування ринкових відносин.

У перше про конкуренцію як про силу, здатну встановлювати та регулювати рівновагу на ринку заговорив А. Сміт. Він зазначав, що скорочення пропозиції зумовлює конкуренцію серед покупців – гонитву за обмеженою пропозицією, що піднімає ціни; а надлишок пропозиції спричиняє суперництво між виробниками заради позбавлення від надлишку, що призводить до зниження цін. Конкуренція позбавляє учасників ринкового процесу влади над ціною. Чим численнішими є економічні суперники, тим швидше між ними виникає боротьба за переваги за допомогою збивання та нарощування цін [33, с. 103].

У своїй головній праці «Добробут націй. Дослідження про природу та причини добробуту націй» А. Сміт писав: «Якщо капітал розділено між двома торговцями, то взаємна конкуренція буде змушувати їх обох продавати свої товари дешевше, ніж якби товар знаходився в одних руках. Якщо ж весь капітал виявився б розподіленим серед двадцяти торговців, то їх конкуренція була б набагато сильнішою, а ймовірність змови між ними з метою підвищення цін – набагато меншою» [34, с. 503].

Новизна теорії конкуренції А. Сміта полягає в тому, що він уперше сформулював поняття конкуренції як суперництва, що підвищує ціни (при скороченні пропозиції) і знижує ціни (при надлишку пропозиції); відпрацював теоретично дуже тонкий і гнучкий механізм конкуренції, що об'єктивно врівноважує галузеву норму прибутку, призводить до оптимального розподілу ресурсів між галузями; визначив основні умови ефективної конкуренції; розробив модель посилення й розвитку конкуренції, довів, що в умовах ринкових відносин можливо максимальне задоволення потреб споживачів і найкраще використання ресурсів у масштабі суспільства в цілому;

установив головний принцип конкуренції – принцип «невидимої руки», який полягає в тому, що конкуруючі між собою індивіди діють лише заради своєї власної вигоди, в той же час направляються «невидимою рукою», спрямовуючи діяльність індивіда до досягнення найбільшої вигоди для всього суспільства [9, с. 175].

Продовжуючи дослідження А. Сміта, дамо визначення конкуренції, сформульовані його прибічниками.

«Конкуренція є прагнення якнайкраще задовольнити критерії доступу до рідких благ», – вважає сучасний американський економіст П. Хайне.

К. Р. Макконелл і С. Л. Брю вважають, що конкуренція – це наявність на ринку великої кількості незалежних покупців і продавців, можливість для покупців і продавців вільно виходити на ринок і залишати його.

Австрійський учений Фрідріх А. фон Хайек відзначає, що конкуренція – процес, за допомогою якого люди одержують і передають знання. На його думку, на ринку завдяки конкуренції приховане стає явним.

М. Портер відзначає, що конкуренція – динамічний процес, що розвивається, безупинно мінливий ландшафт, на якому з'являються нові товари, нові шляхи маркетингу, нові виробничі процеси й нові ринкові сегменти [35].

Поняття «конкуренція (від лат. *concurrere* – «зіштовхуватися»)) у широкому розумінні своє більш конкретне відображення знаходить у такому тлумаченні: «Це економічне суперництво у боротьбі між суб'єктами господарської діяльності за кращі умови виробництва і реалізації товарів та послуг з метою отримання якомога більшого прибутку [8, с. 233].

Основними особливостями, умовами виникнення та існування конкуренції на ринку продукції вівчарства є (рис. 1.8): велика кількість виробників; ні один виробник не володіє контролем за ціною; виробники не володіють неціновими перевагами; великий об'єм ринку; попит володіє великою еластичністю, тому збільшення ціни призводить переключення споживчого вибору на товари іншого виробника [26, с. 75]; свобода виробників щодо вибору господарської діяльності; абсолютно вільний доступ економічних

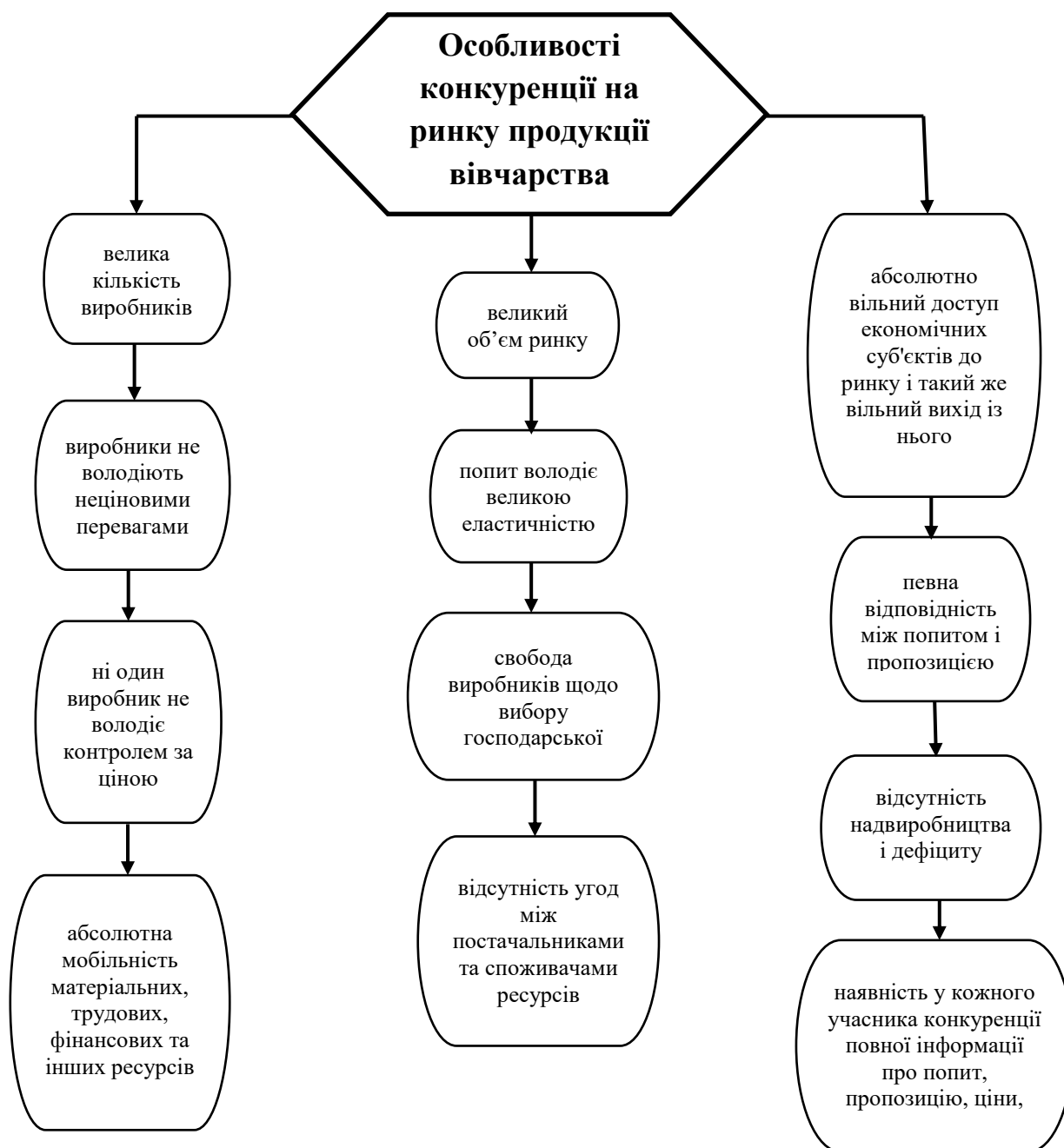


Рис. 1.8. Основні особливості та умови виникнення конкуренції на ринку продукції вівчарства

Джерело: власні дослідження.

суб'єктів до ринку і такий же вільний вихід із нього; певна відповідність між попитом і пропозицією; відсутність надвиробництва і дефіциту; абсолютна мобільність матеріальних, трудових, фінансових та інших ресурсів; відсутність угод між постачальниками та споживачами ресурсів, які можуть обмежити конкуренцію; наявність у кожного учасника конкуренції повної інформації про



попит, пропозицію, ціни, норму прибутку тощо [8, с. 234].

За законом України «Про обмеження монополізму та недопущення недобросовісної конкуренції у підприємницькій діяльності» конкуренція визначається як змагальність підприємців, коли їх самостійні дії обмежують можливості кожного з них впливати на загальні умови реалізації товарів на ринку і стимулюють виробництво тих товарів, яких потребує споживач [36].

Конкуренція на ринку продукції вівчарства проявляється як ситуація та процес суперництва між виробниками, продавцями овечої продукції (м'яса, молока, вовни і т. д.), надаючи їм нового товарного вигляду (змінюю якість) при їх реалізації на ринку з метою отримання максимального прибутку.

Щоб краще розкрити значення сутності «конкуренції», на нашу думку, слід розглянути види, функції та методи, які його формують. У сучасній економіці розрізняють такі види конкуренції на ринку: 1) внутрішньогалузева – конкуренція між виробниками аналогічних товарів, що задовольняють одну і ту ж потребу, але мають відмінності у ціні, якості і дизайні; 2) міжгалузева (функціональна) – боротьба ведеться між товарами різних галузей, які задовольняють різні споживчі та виробничі потреби; в) цінова – це конкуренція між виробниками, що здійснюється за рахунок зниження чи підвищення ціни; 3) нецінова – конкуренція, яка ведеться не за рахунок зміни цін, а за рахунок підвищення якості продукції, реклами, дизайну; 4) недосконала конкуренція – конкуренція між великими компаніями і середніми і малими фірмами [6, с. 81]. Краще недосконала конкуренція проявляється у теорії «недосконалої конкуренції» Дж. Робінсон, яка намагалася встановити механізм формування цін в умовах, коли кожен виробник може бути монополістом своєї продукції. Ця теорія, на відміну від теорії монополістичної конкуренції, не розглядає конкуренцію всередині монополістичного сектору, а досліджує ціноутворення в місцях зіткнення монополій торгово-промислового типу, що виникають, з немонополізованими фірмами, тобто процеси утворення монопольного прибутку. У недосконалій конкуренції Дж. Робінсон бачила порушення

рівноважного стану конкурентної господарської системи й експлуатацію найманої праці. Вона вважала, що за недосконалої конкуренції продукції випускається менше, ніж за досконалої конкуренції. У результаті відбувається зростання цін, яке є наслідком домовленості між фірмами; обмеження доступу в галузь сторонніх фірм. Зростання цін, на думку Дж. Робінсон, вимагає обов'язкового втручання держави в економіку за допомогою заходів податкової і бюджетної політики [38]; 5) досконала (вільна) конкуренція – це така ринкова ситуація, за якої чисельні, незалежно діючі виробники, продають ідентичну продукцію і жоден із них не в змозі контролювати ринкову ціну [39, с. 109]; 6) міжнародна конкуренція – це конкуренція національних і транснаціональних економічних суб'єктів за найвигідніші умови виробництва і реалізації товарів та послуг на світовому ринку [8, с. 241]; 7) видова – конкуренція товарів, які призначені для задоволення одних і тих же потреб, але розрізняються параметрами; 8) предметна – конкуренція ідентичних товарів, але різної якості [37]; 9) індивідуальна – один учасник ринка прагне зайняти «своє місце під сонцем», обираючи найкращі умови купівлі-продажу товарів і послуг; 10) місцева – ведеться між товаровласниками обмеженої території; 11) національна – суперництво вітчизняних продавців і покупців в середині даної країни [18, с.125].

Суперництво між виробниками проявляється через методи конкурентної боротьби, якій притаманна діяльність суб'єктів ринку, спрямована на поліпшення якості товарів і послуг, оновлення асортименту товарів, дизайн, надання гарантій і післяпродажних послуг, тимчасове зниження цін, умов оплати тощо.

На думку М. Портера, підприємство веде конкурентну боротьбу трьома шляхами:

- продаж товарів за нижчою ціною, ніж конкуренти;
- вироблення товарів з вищими якісними характеристиками (диференціація продукту);

— вироблення товарів з особливими властивостями, що задовольняють потреби вузького кола споживачів (глибока спеціалізація виробництва) [6, с. 81].

Зміст та роль конкуренції на ринку продукції тваринництва більш повно виявляється через такі функції, які він виконує (рис. 1.9): ціноутворення, регулювання, стимулювання, контрольна, диференціація товаровиробників [17, с. 33], інноваційна, адаптаційна та розподільча [37].

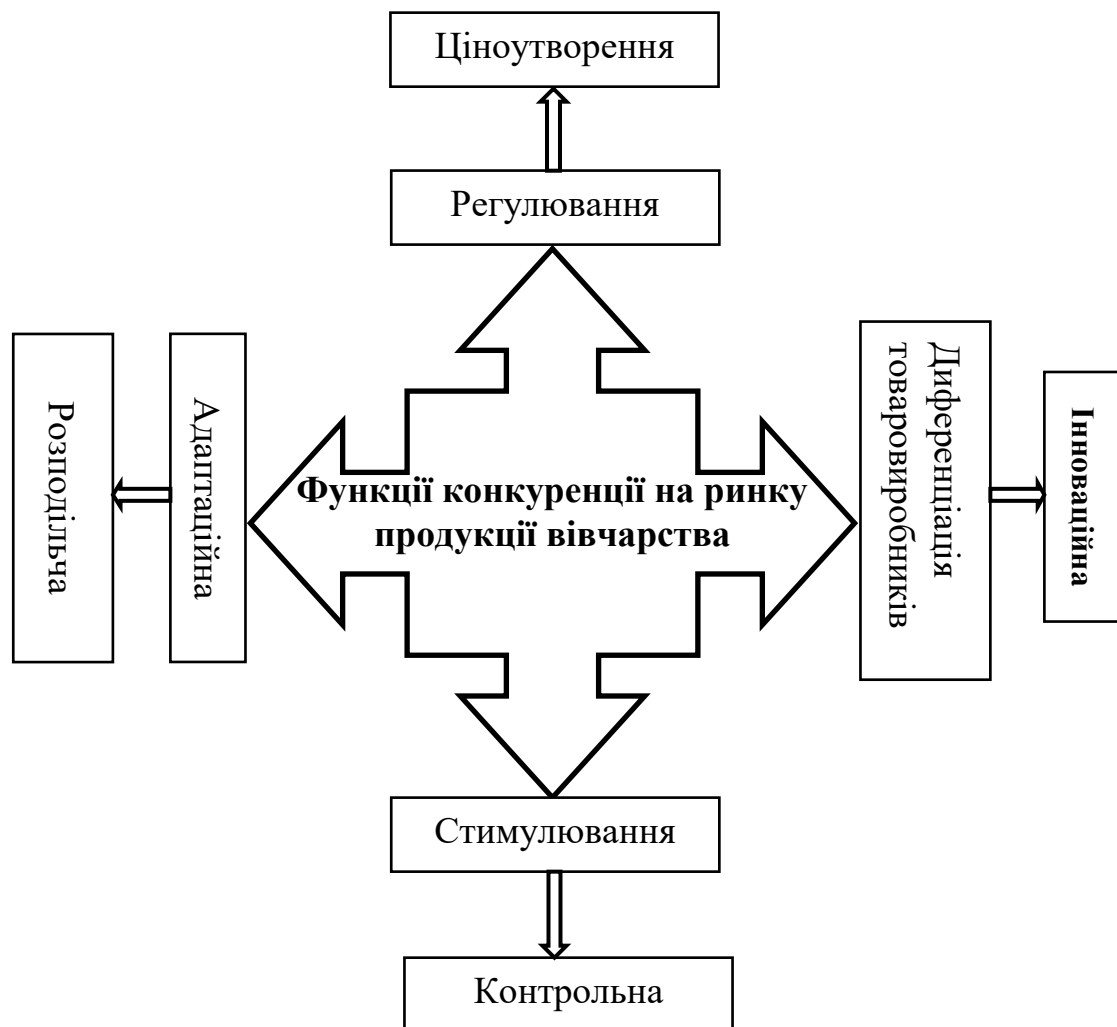


Рис. 1.9. Основні функції конкуренції на ринку продукції вівчарства

Джерело: власні дослідження

На конкурентному ринку суперники використовують різні методи боротьби: цінові, нецінові, нечесні (недобросовісні) та чесні (добросовісні) [8, с. 247]. Структурно ринок продовольства складається з продукції

сільськогосподарського виробництва, продукції переробних галузей і громадського харчування, а також продукції оптової і роздрібної торгівлі, яка поставляє на ринок продовольчі товари [16, с. 10].

Виходячи із вище висвітлених визначень, досліджень, концепцій, теорій сутності ринку і його основних елементів (попиту, пропозиції, ціни конкуренції), використовуючи та порівнюючи їх у контексті вивчення ринку продукції вівчарства, на нашу думку, можна сформулювати таке трактування: «Ринок продукції вівчарства» – це один із основних елементів продовольчого ринку країни і в цілому АПК, на якому відбувається реалізація продукції вівчарства (м'ясо, молоко, вовна і т. д.) шляхом обміну, купівлі та продажу, домовленостями, зв'язками між суб'єктами, які займаються господарською діяльністю, під впливом попиту, пропозиції, ціни та конкуренції з метою отримання прибутку.

Виділивши, що ринок продукції вівчарства є основним елементом продовольчого ринку, слід мати на увазі, що ринок продовольства, як особливий вид ринку, являє собою складну економічну систему, стан і можливості розвитку якої визначаються чинниками, що охоплюють комплекс природно-кліматичних, організаційно-економічних, науково-технічних, соціальних та політичних умов функціонування продуктивних сил.

## **1.2.Організаційно-економічний механізм функціонування ринку продукції вівчарства**

Галузь вівчарства на продовольчому ринку виступає важливим джерелом постачання споживчих продуктів харчування для населення водночас забезпечує ринок та підприємства цінною сировиною.

Функціонування ринку продукції вівчарства не може існувати без використання певних механізмів, серед яких чільне місце посідають організаційний та економічний.

Тому ефективне функціонування ринку продукції вівчарства, неможливе без розробки і впровадження його дієвого механізму. Динамічний розвиток

ринку можна зрозуміти, з'ясувавши механізм його функціонування. Щоб відповісти на питання: як діє ринковий механізм та які основні економічні проблеми він вирішує, важливо розкрити його сутність.

Термін «механізм» вперше застосував К. Маркс для характеристики процесів функціонування капіталістичної виробничої системи [54, с. 231].

Категорія «механізм» у перекладі з грецької «*mechanē*» означає «зброя», «машина»; у першому визначенні – це послідовність станів, процесів, які визначають собою будь-які дії, явища; у другому – система, пристрій, що визначає порядок будь-якого виду діяльності [55, с. 125].

У «Великому тлумачному словнику сучасної української мови» поняття «механізм» визначається як внутрішня будова, система, сукупність станів і процесів, з яких складається звичайне явище [56].

А. Н. Азріліян у «Великому економічному словнику» наводить таке визначення категорії механізму: «Механізм – це послідовність станів, процесів, що визначають будь-яку дію, явище» [49].

«Короткий економічний словник» висвітлює «механізм» як послідовність станів процесів, які визначають собою які-небудь дії, явища, систему, пристрій, який визначає порядок якого-небудь виду діяльності [57, с. 158].

Економічна теорія визначає «механізм» як систему прямих і опосередкованих взаємозв'язків між економічними явищами і процесами, насамперед, між їх протилежними сторонами, а також й підсистемами і елементами економічних систем [47, с. 220].

Тобто механізм характеризується певною кінцевою множиною елементів та взаємозв'язків між ними, що відбуваються за допомогою відповідних важелів системоутворюючих регуляторів.

У науковій літературі та сучасній економічній теорії термін «механізм» прийнято розуміти як сукупність процесів, прийомів, методів, підходів, за допомогою яких відбувається рух всієї системи і здійснюється досягнення певної мети або як систему чи спосіб, що визначає порядок певного виду діяльності, деяких ланок та елементів, що приводять їх у дію [53].

Ряд вчених-економістів дають такі трактування значенню «механізм».

Так, за визначенням І. Моргачова, «механізм» як економічне явище, застосовується у чотирьох значеннях: як сукупність цілеспрямованих впливів; як взаємозв'язок і взаємодія сукупності факторів; як комплекс послідовних заходів; як сукупність закономірних зв'язків і відносин [58].

Ринок продукції вівчарства, як і будь-який ринок, не може існувати без налагодженого механізму. Тому слід виділити такі його основні механізми, які дозволяють йому функціонувати на продовольчому ринку (рис. 1.10).

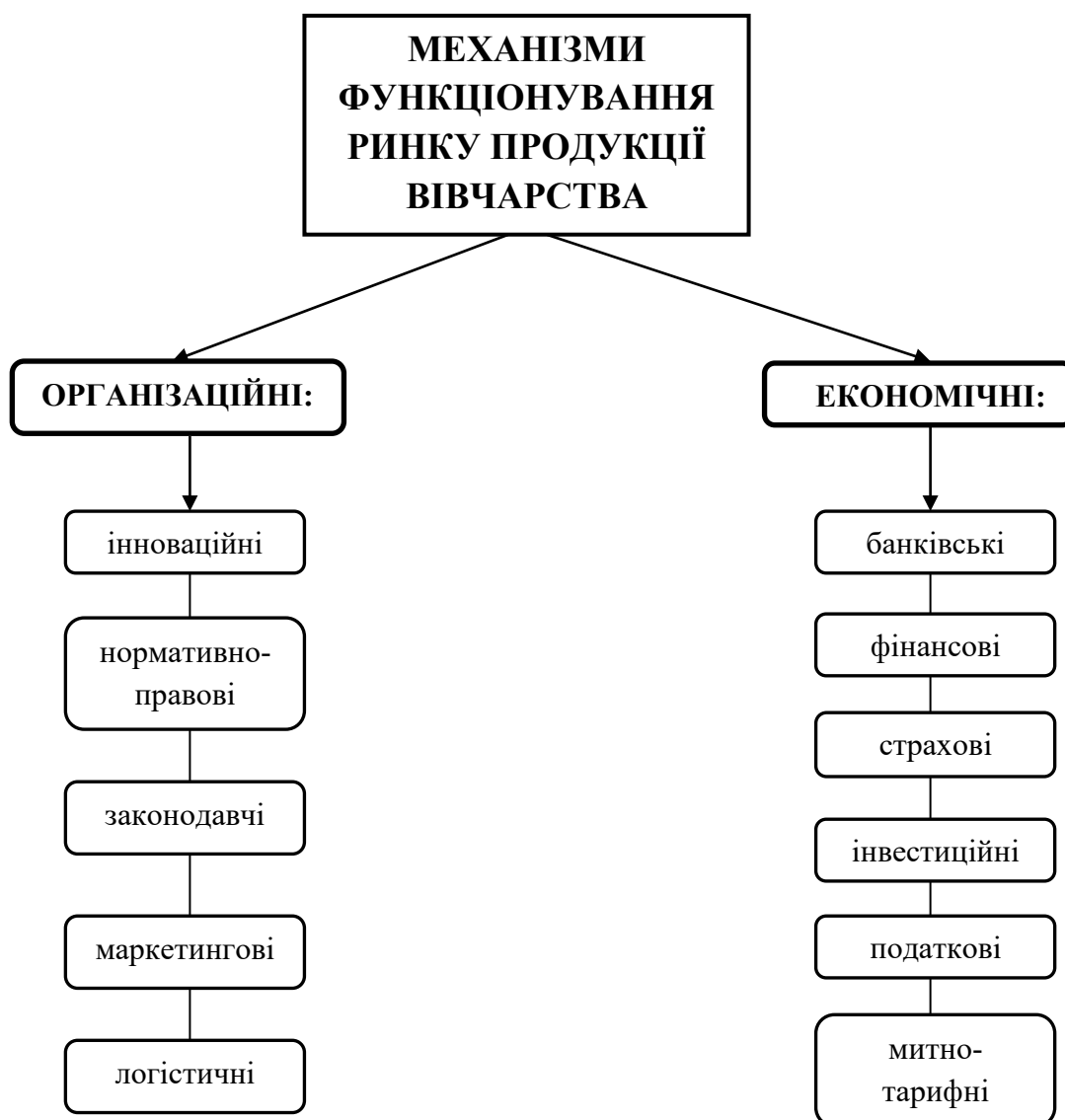


Рис. 1.10. Основні функціональні механізми ринку продукції вівчарства

Джерело: власні дослідження.

А. Д. Діброва відмічає, що механізм є цілісною діалектичною сукупністю взаємопов'язаних, взаємообумовлених і цілеспрямованих принципів, функцій, методів, форм та інструментів (важелів) державного регулювання економіки, спрямована на узгодження інтересів економічних суб'єктів держави [59, с. 77].

За твердженням С. В. Мочерного, під поняттям «механізм» слід розуміти як внутрішню будову, систему, сукупність станів і процесів, з яких складається те чи інше явище [44, с. 331].

На ринку продукції вівчарства механізм проявляється як система, що призначена для економічної організації, формування, функціонування ринкових відносин між товаровиробниками і споживачами, де структура, цілі, принципи, методи, підходи, прийоми, форми та інструменти механізму змінюються під впливом розвитку суспільного виробництва.

Покращення економічної ситуації та стабільності на ринку продукції вівчарства в Україні та підвищення її конкурентоспроможності можливе лише за умови ефективного функціонування усіх суб'єктів господарювання. Тому обрана правильна орієнтація економічної стратегії держави буде сприяти ефективним трансформаційним процесам в Україні. Крім того, криза фінансів, інфляційні процеси, катастрофічне звуження місткості внутрішнього ринку, надто високий податковий тиск, неефективна державна підтримка практично позбавили більшість підприємств здатності до введення самостійних відтворювальних процесів, стратегічного планування власного розвитку. В основі забезпечення такого розвитку, його збалансованості та стратегічної спрямованості лежить визначення складного економічного механізму функціонування ринку продукції вівчарства.

У зарубіжній та вітчизняній економічній літературі широко використовують термін «економічний механізм».

Так, А. О. Мельник у своїх працях зазначає, що «економічний механізм адаптації до конкурентного середовища – це сукупність організаційно-економічних систем пристосування [60, с. 158].

На думку французького науковця А. Г. Кульмана, економічний механізм можна визначити як необхідний взаємозв'язок, який природно виникає між різними економічними явищами, аналіз яких дозволяє в економічній теорії будувати власні узагальнення, тобто «економічний механізм» – це сукупність правил, принципів та підходів до функціонування об'єкту чи системи, що спрямована на досягнення кращих результатів діяльності підприємства шляхом раціонального управління витратами [61, с. 7].

Економічний механізм, за визначенням академіка І. І. Лукінова, є досить складною сукупністю регуляторів, за допомогою яких реалізуються складові загальнодержавної та ринкової політики – монетарної, валютної, цінової, фінансової, банківсько-кредитної, платіжної, податкової, митної, страхової тощо [46].

Т. Л. Мостенська під економічним механізмом розуміє механізм реалізації економічної політики держави, який за допомогою використання державних важелів регулювання спрямовує дію ринкових законів у необхідному для держави напрямі, або механізм впливу державного регулювання на дії ринкових законів з метою досягнення поставлених цілей [48].

Й. С. Завадський підкреслює, що економічний механізм – це складовий елемент господарського механізму, що включає економічні стимули (державні економічні стимули виробництва й матеріальні стимули праці) та важелі (планування, госпрозрахунок, фінансування, умови реалізації продукції, виробничо-технічне обслуговування, умови господарювання, різні ліміти, собівартість продукції, рентабельність виробництва тощо) [47, с. 220].

Є. В. Хлобистов вважає, що економічний механізм – комплекс організаційних, нормативних та правових заходів, спрямованих на оптимальну взаємодію економіки та навколишнього середовища по відношенню до людини [62, с. 745].

Але проривом у дослідженні «економічного механізму» є «підхід» Лео Гурвіца, адже основним вкладом вченого в економічну науку є концепція



економічного механізму. І хоча найбільш відомі результати в теорії механізмів отримані іншими, заслуга Л. Гурвіца полягає в демонстрації необхідності формального моделювання передачі інформації в економічних процесах, системах (соціалізму, капіталізму) і в рамках різних задач (виробництва суспільних благ), потребуючих агрегування інформації індивідуальних суб'єктів. Л. Гурвіц запропонував мову для такого аналізу, в тому числі ввів поняття механізму і вимог відповідності стимулів, виявив основні напрямлення досліджень механізмів, зокрема в рамках дискусії про важливість децентралізованих механізмів.

Більш строгі формулювання запропоновані Л. Гурвіцем, визначає механізм як взаємодію між суб'єктами і центром, яка складається з трьох стадій:

1) кожен суб'єкт в приватному порядку відправляє центру повідомлення  $m_i$ ;

2) центр, отримавши усі повідомлення, обчислює результат:  
 $Y = f(m_1, \dots, m_n)$ ;

3) центр повідомляє результат  $Y$  і, при необхідності, перевтілює його в життя [50, с. 6].

Економічний механізм сучасного ринку можна охарактеризувати як єдність об'єктивної і суб'єктивної сторін, як механізм взаємозв'язку і взаємодії основних елементів ринку. Ринковий механізм виявляється у дії об'єктивних економічних законів, які управляють товарним виробництвом і ринком через систему ринкових відносин. Суб'єктивна сторона ринкового механізму може бути представлена діяльністю всіх суб'єктів ринку (виробників і споживачів, домогосподарств, підприємців, держави), які діють на основі своїх потреб і інтересів. Економічною основою ринкового механізму є будь-яка господарсько-економічна діяльність, ринкова угода, яка базується на трьох основних умовах: мета, обмеження і вибір.

Найважливішим суб'єктом ринкового механізму є споживач, який відчуває необхідність або якісь потреби, тобто це носій потреб [52].

Із вищезазначеного випливає, що поняття «економічний механізм» займає важливе місце у формуванні ринку продукції вівчарства, тому що розкриває сутність найрізноманітніших відносин, процесів функціонування і розвитку економічних об'єктів та суб'єктів від найскладніших економічних систем країни до конкретних підприємств. Досконалість такого механізму, з одного боку, вимагає раціонального управління суб'єктами господарювання і зумовлює рівень продуктивності їх функціонування, успішної адаптації до умов динамічного зростання та розвитку ринку в умовах України. З іншого – саме така досконалість є необхідною умовою ефективного функціонування підприємства, його конкурентоспроможності, фінансової стійкості, прибутковості, інвестиційної привабливості та платоспроможності.

Економічний механізм функціонування ринку продукції вівчарства – це механізм формування ринкових цін і розподілу продукції вівчарства, взаємодії суб'єктів господарювання щодо встановлення та застосування цін, обсягу виробництва і продажу товарів та послуг.

Наступний механізм, який є невід'ємною частиною ринку продукції вівчарства – це «організаційний», що знайшов своє відображення у трактуванні багатьох вчених-науковців.

Так, за визначенням Ф. В. Зінов'єва, організаційний механізм – є сукупністю організаційно-технологічних засобів ведення господарства, які спираються на його потенціал із використанням ринкових принципів господарювання (самостійність, договірні відносини, комерційний інтерес, правове обслуговування діяльності тощо) [63].

Панфілов А. С. вважає, що організаційний механізм – це інтеграційний фактор або сукупність факторів, що поєднують функціонування всіх автономних елементів у рамках цілого [46].

Миронов Ю. Б. та Гавриляк О. О. трактують поняття «організаційний механізм» як перелік певних складових елементів, які в сукупності створюють організаційну основу певних процесів та явищ [70].

Подальше удосконалення та синтез наукової думки стосовно організаційного механізму відобразилось у працях Баластрик Л. О. та Транченко Л. В., які до складу організаційного механізму внесли: а) структурні механізми: структуризація діяльності, організації, ринків; б) інформаційні механізми: економічної, науково-технічної, маркетингової інформації; в) механізм організації управління: стратегічне, оперативне, цільове управління; г) організаційно-технічний механізм: стандартизація, сертифікація, ліцензування.

Гросул В. А. розглядає «організаційний механізм» як внутрішню організацію, яка визначає порядок здійснення економічної діяльності підприємства, передбачає прийняття оптимальних управлінських рішень, спрямованих на вирішення поставлених завдань та їхню реалізацію при мінімізації сукупних ресурсів і максимізації якості кінцевого результату [71, с. 27].

У визначеннях організаційного механізму завжди присутні економічні елементи, а формування економічного визначення можливе лише за умови ефективності організації, що свідчить про тісний взаємозв'язок між цими механізмами. Таким чином, узагальнюючи все вищевикладене, організаційний механізм розуміється як система заходів по організації та координації діяльності суб'єктів на ринку продукції вівчарства і встановлення між ними торгівельних зв'язків.

Для збільшення обсягів виробництва та реалізації продукції вівчарства слід вжити низку заходів і розробити ефективний організаційно-економічний механізм, адже його роль та функції сприяють формуванню диверсифікованої інфраструктури як внутрішнього, так і зовнішнього продовольчого ринку. Для ефективного функціонування вівчарства необхідний чітко налагоджений організаційно-економічний механізм.

Але для більш детального розуміння значення «організаційного механізму» слід розглянути взаємозв'язок економічного та організаційного механізму (табл. 1.2).

Таблиця 1.2

**Взаємозв'язок економічного та організаційного механізму на ринку  
продукції вівчарства**

<b>Економічний механізм:</b>	<b>Організаційний механізм:</b>
Передбачає підготовку і розробку планів з асортименту і об'єму виробництва продукції вівчарства з урахуванням наявних матеріальних, фінансових та трудових ресурсів.	Спрямований на вибір і формування загальної структури (фермерського господарства) підприємства.
Ринкове ціноутворення на продукцію вівчарства та планування маркетингових заходів.	Формування системи інформаційного забезпечення на ринку продукції вівчарства.
Розробка планів розвитку вівчарських господарств і ефективне використання інвестиційних проектів на реконструкцію та їх модернізацію.	Дотримання правил, що регламентують відносини з постачальниками, споживачами на ринку продукції вівчарства.
Вибір найбільш вигідного за певних економічних умов рівня спеціалізації на продовольчому ринку.	Забезпечення необхідної узгодженості дій господарства-виробника продукції вівчарства.
Систематичний аналіз господарської діяльності і фінансового стану фермерського господарства.	Планування організаційно-технічних заходів з визначенням відповідальних виконавців щодо окремих видів робіт.
Формування складу показників, що характеризують діяльність вівчарського господарства, і визначення їх кількісної величини.	Стандартизація і сертифікація технологічних процесів з розведення (виробництва) продукції вівчарства.

Джерело: досліджено і адаптовано на основі [64, с. 265].

Організаційно-економічний механізм є складною та багатогранною економічною категорією, яка ще не має однозначного трактування в економічній літературі. Загальноприйнятого визначення цього поняття, яке розкриває його сутність, поки що немає.

Серед сучасних вчених-економістів неоднозначною є думка щодо розмежування категорій «господарський механізм» та «організаційно-економічний механізм». Це викликає певні труднощі під час розроблення організаційно-економічного механізму ринку продукції вівчарства.

Аналіз робіт численних авторів показує, що суть «організаційно-економічного механізму» розглядають по-різному.

Так, Лисенко Ю. та Єгоров П. організаційно-економічний механізм визначають як систему формування цілей і стимулів, що дозволяє перетворювати в процесі трудової діяльності рух матеріальних і духовних потреб членів суспільства у рух засобів виробництва та його кінцевих результатів, спрямованих на задоволення платоспроможного попиту споживачів [65, с. 86].

Є. І. Ануфрієва вважає, що організаційно-економічний механізм – це комплекс методів, засобів та прийомів, взаємоузгоджених та взаємопов'язаних між собою, які слугують інструментом реалізації управлінської діяльності в системі підприємств, на основі законодавчих актів, що регулюють підприємницьку діяльність, планових документів, орієнтованих на довгострокову перспективу, а також тактичних та оперативних планів, програм, проектів, нормативів та нормативних актів, затверджених вищим керівництвом, які спрямовують та координують діяльність всіх функціональних підрозділів вищезазначеної системи і допомагають забезпечити прийнятний рівень її ефективності, а також система процесів, в основу якої покладено принципи, процедури, заходи та дії, визначені та затверджені, з метою реалізації стратегічних установок» [66, с. 18].

Козаченко Г. В. розглядає організаційно-економічний механізм як інструмент управління, що являє собою сукупність управлінських елементів і способів їхньої організаційної, інформаційної, мотиваційної та правової підтримки, шляхом використання яких, з урахуванням особливостей діяльності підприємства, забезпечується досягнення певної мети [47, с. 221].

І. П. Бєлая дає таке визначення організаційно-економічному механізму: «Система формування цілей та стимулів, що дозволяють перетворювати у процесі трудової діяльності динаміку матеріальних та духовних потреб суспільства у динаміку засобів виробництва та кінцевих результатів виробництва, які спрямовані на повне та ефективне задоволення цих потреб» [67, с. 8].

В. С. Кушнірук організаційно-економічний механізм формулює як систему організаційних та економічних форм і методів ведення господарства, що спонукає до підвищення ефективності функціонування виробничих систем та спрямована на свідоме використання економічних законів і досягнення поставлених стратегічних цілей суб'єктами підприємницької діяльності [47, с. 221].

Ю. П. Лузан організаційно-економічний механізм бачить як спосіб забезпечення реалізації вимог об'єктивних законів у процесі суб'єктивної людської діяльності (охоплює широкі надбудовні відносини (політичні, ідеологічні, морально-етичні, правові тощо), що активно впливають на базис [68, с. 4].

Гуменюк В. Я. при дослідженні сутності та галузевих особливостей господарювання розглядає економічний та господарський механізм як синоніми і виділяє складові економічного механізму: ціноутворення, оподаткування, залучення та використання виробничих ресурсів.

Полозова В. Т., Овсяченко В. Ю. організаційно-економічний механізм розглядають як складову економічного, і визначають його як частину господарського механізму, яка відображає сукупність організаційних, фінансових та економічних методів, способів, форм, інструментів та важелів, за допомогою яких здійснюється регулювання організаційно-технічних, фінансово-економічних та виробничо-технологічних процесів з метою впливу на результат діяльності підприємства.

Шевченко М. Г. стверджує, що організаційно-економічний механізм полягає в єдності державного регулювання та ринкової саморегуляції, і до

елементів цього механізму належать: методи, інструменти, форми, важелі державного регулювання та ринкової саморегуляції [54, с. 232].

Місюк М. В. вважає, що організаційно-економічний механізм по своїй суті є синтезом організаційних та економічних інструментів. При цьому дані інструменти за значенням одночасно «конфліктні» та взаємопов'язані. Фактично організаційні інструменти визначають якісні та кількісні параметри виробництва, обміну та споживання продукції, що є сферою економіки. З другого боку, економічні взаємовідносини та економічні параметри, що складаються на ринку, є стимулами і впливають на формування певного «організаційного каркасу» та його конструкцію [69, с. 161].

Відмітимо те, що ґрунтовним є визначення організаційно-економічного механізму за Р. Майерсоном, Е. Маскіном, Л. Гурвіцом – лауреатами Нобелівської премії з економіки (2007 р.) за «основоположний вклад у теорію економічних механізмів». Організаційно-економічний механізм учені розглядають як стратегічну гру на основі взаємодії економічних суб'єктів, опису того, як можуть діяти суб'єкти господарювання і відповідних результатів. Організаційно-економічний механізм, за Л. Гурвіцом, задає множину виборів економічних суб'єктів, кожен із яких пов'язується з якимось результатом. У цьому сенсі механізм формує систему стимулів та наближається до поняття «економічний інститут». Цим учений намагається формалізувати поняття інституту на основі поняття організаційно-економічного механізму й усунути розрив між інституціональною теорією і теорією організаційно-економічного механізму. Організаційно-економічний механізм є способом забезпечення реалізації вимог об'єктивних законів у процесі суб'єктивної людської діяльності. Він задає правила економічної гри, орієнтуючи діяльність і поведінку господарюючих суб'єктів у напрямі реалізації визначених цілей. Очевидно, що організаційно-економічний механізм значно ширший за сферу дії економічних законів та конкретних форм їх прояву, оскільки охоплює, крім базисних, і надбудовні відносини – політичні, ідеологічні, морально-етичні, правові й інші, що активно впливають на базис [47, с. 221].

При налагодженому організаційно-економічному механізмі ринок продукції вівчарства в цілому звільняє економіку від дефіциту товарів і послуг (табл. 1.3).

Таблиця 1.3

**Організаційно-економічний механізм ринку продукції вівчарства**

№ п/п	Розвиток організаційно-економічного механізму
1.	Встановлення зв'язків між товаровиробниками й споживачами продукції вівчарства і управління процесами виробництва, переробки, збуту, відповідно до яких на ринку формується попит (з врахуванням оптимальних затрат на виробництво) та пропозиція (за умов достатнього рівня ціни для виробників).
2.	Забезпечення конкуренції між суб'єктами ринку та захист конкурентного середовища.
3.	Через ціноутворення стимулюється засвоєння досягнень науково-технічного прогресу, зниження витрат, підвищення якості, розширення асортименту продукції вівчарства.
4.	Ефективне використання маркетингових досліджень на ринку продукції вівчарства.
5.	Забезпечення населення якісною продукцією вівчарства.
6.	Інвестиційно-інноваційні впровадження для підтримки функціонування ринку продукції вівчарства.
7.	Страхування ризиків на ринку продукції вівчарства.
8.	Формування великого спектру банківських послуг на ринку продукції вівчарства.
9.	Надання податкових пільг при реалізації продукції вівчарства на продовольчому ринку.
10.	Експорт та імпорт продукції вівчарства.
11.	Державна підтримка ринку продукції вівчарства через удосконалення законодавства.

Джерело: власні дослідження.

Для того, щоб організаційно-економічний механізм забезпечив в сучасних умовах функціонування ринку продукції вівчарства, потрібне ефективне і якісне його управління, що містить у собі взаємопов'язані методи, принципи та функції, які нададуть змогу досягнути поставлених цілей і завдань на ринку (рис. 1.11).



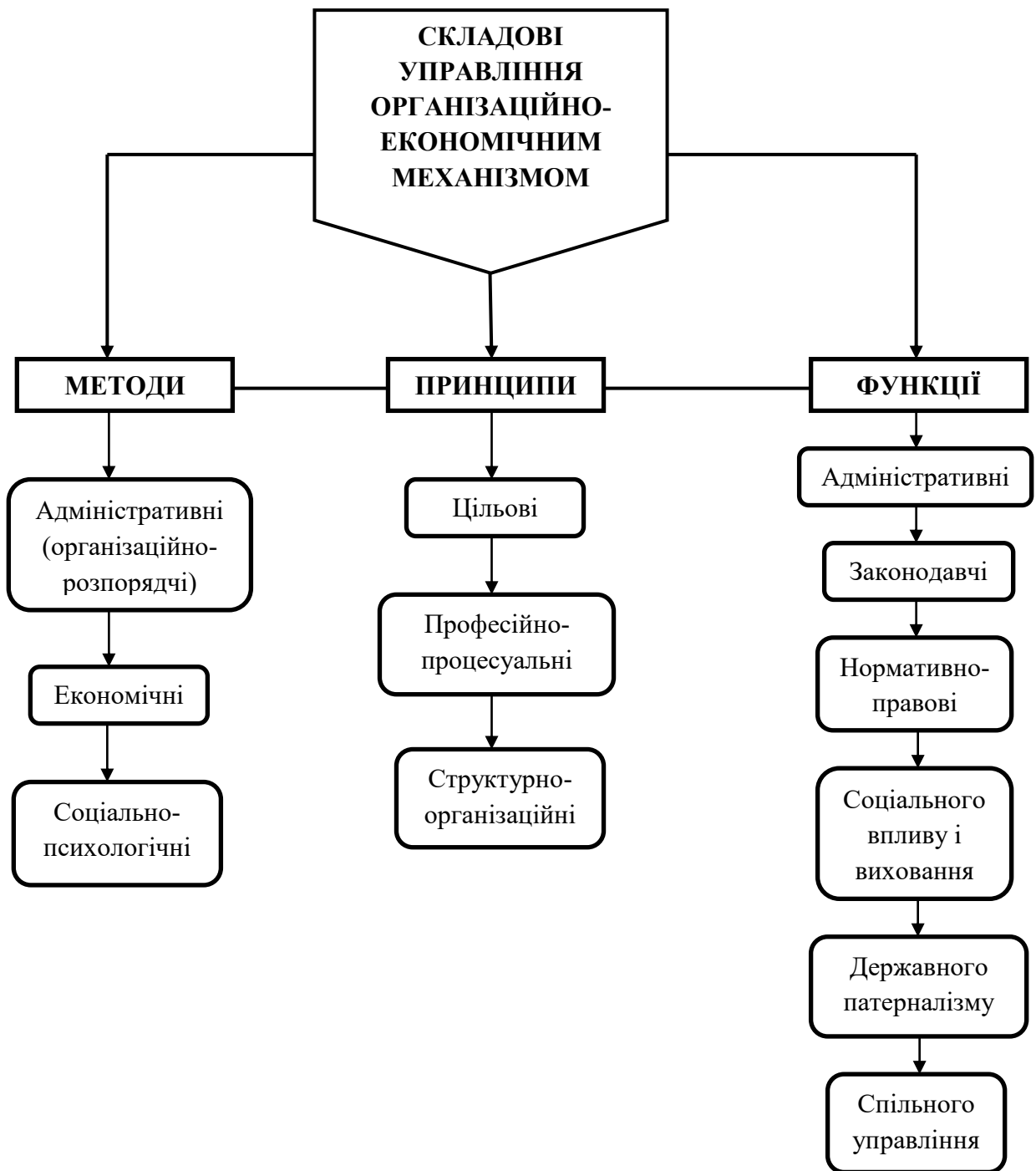


Рис. 1.11. Складові управління організаційно-економічним механізмом функціонування ринку продукції вівчарства

Джерело: власні дослідження.

Управління організаційно-економічним механізмом на ринку продукції вівчарства проявляється через способи впливу на окремих суб'єктів господарської діяльності за допомогою адміністративних (організаційно-розпорядчих), економічних та соціально-психологічних методів.

Адміністративний (організаційно-розпорядчий) метод управління являє собою систему способів і прийомів організаційно-розпорядчої дії, яку використовують для організації й координації об'єктів управління. Цей метод забезпечує чіткий розподіл обов'язків на ринку продукції вівчарства, дотримання правових норм і повноважень у вирішенні питань господарської діяльності, а також застосування заходів примусу і дисциплінарної відповідальності.

Економічний метод управління організаційно-економічним механізмом на ринку продукції вівчарства проявляється як система економічних важелів і заходів, за допомогою яких здійснюється вплив на ринок з метою досягнення поставлених завдань і забезпечує єдність інтересів суспільства та суб'єктів господарської діяльності.

Цей метод дає змогу впливати на поведінку суб'єктів управління на різних рівнях – від індивіда до держави.

Однак економічний метод є методом непрямої дії, тобто не змушує об'єкт управління діяти обов'язково і однозначно. Тому часто його використання не сприяє досягненню бажаного результату.

Соціально-психологічний метод управління організаційно-економічним механізмом на ринку продукції вівчарства визначається сукупністю специфічних способів дії на особисті стосунки і зв'язки між суб'єктами господарської діяльності на ринку, а також на соціальні процеси в ньому. Вони ґрунтуються на використанні моральних стимулів, що впливають на особистість за допомогою психологічних прийомів з метою перетворення адміністративного завдання на свідомий обов'язок, внутрішню потребу людини [72].

Організаційно-економічний механізм управління ринку продукції вівчарства чітко проявляється у таких принципах: цільових, професійно-процесуальних та структурно-організаційних.

1. Цільові принципи включають: а) принцип узгодженості державних інтересів з інтересами інших учасників ринку. Його недотримання веде до

суперечностей між суб'єктом і об'єктами в механізмі регулювання, зниження мотивації учасників ринку; б) принцип пріоритетності соціальної складової в системі цілей і завдань регулювання ринку, що означає, перш за все, первинність попиту перед товарною пропозицією. В умовах ефективної системи формування та регулювання попиту він повинен визначати пропозицію. Потреби, інтереси і запити споживача на ринку навіть в умовах перехідної економіки повинні бути пріоритетними; в) принцип необхідності та достатності. Він припускає, що досягнення цілей попереднього рівня в системі цілей розвитку споживчого ринку має бути необхідною і достатньою умовою для досягнення цілей наступного рівня. Скажімо, для забезпечення прийнятної для одержувача ціни товару необхідно використання сировини прийнятної ціни, що, у свою чергу, передбачає прийнятну ціну його виробництва, транспортування. Високого рівня попиту на ринку не можна досягти без відповідного зростання доходів населення; г) принцип пріоритетності цілей. Дотримання цього принципу означає визначення стійких пріоритетів з високим ступенем настійності, їх всебічне обґрунтування і дотримання ним. По суті, реалізація названого принципу пов'язана з побудовою системи орієнтирів у вигляді «дерева цілей»; д) принцип сумірності мети і засобів її досягнення необхідний як одна з умов ефективності регулювання ринку. Важливо, щоб фінансові, матеріальні та кадрові зусилля не перевищували можливий результат. Скажімо, рішення завдання насичення ринку необхідними товарами може здійснюватися на основі збитку для конкретних товаровиробників, і дотаційні виплати для підтримки такого виробництва можуть у кілька разів перевищувати отриманий ефект від насичення ринку даними товарами. У цьому випадку необхідний кардинально новий механізм стимулювання виробництва, що враховує як інтереси споживачів, так і інтереси товаровиробників.

2. До професійно-процесуальних принципів входять: а) принцип оптимізації, що означає вибір і підтримку найбільш ефективних в даних умовах шляхів розвитку ринку, які приводили б до мінімальних соціально-економічних

і політичних витрат в суспільстві. Оптимальний ринок – це кращий з можливих на даний момент варіантів. Оптимізація ринку означає не стільки кількісно-вартісну збалансованість попиту і пропозиції товарів, скільки мінімізацію негативних проявів у взаємодії цих елементів; б) принцип рівноправного партнерства, що припускає реальну рівноправність партнерів-учасників ринку (виробників, продавців, покупців). Переважання інтересів і волі одного з них неминуче веде до перекосів в ринкових відносинах, придушення економічної та соціальної ініціативи партнерів. Така ситуація може полягати у диктаті товаровиробників, які визначають правила взаємин незалежно від реальних інтересів споживачів та ринкової інфраструктури; в) принцип внутрішньої відповідності влади і відповідальності. На всіх рівнях і в усіх органах державного регулювання він спрямований на недопущення адміністративно-правових перекосів у процесі управління відносинами на споживчому ринку; г) принцип наступності, що означає об'єктивну, науково обґрунтовану селекцію вітчизняного і зарубіжного досвіду управління ринковими процесами і його адаптацію до реальних умов. Практика показала, що, наприклад, методи централізованого регулювання не тільки можливі в умовах проголошеної соціально орієнтованої ринкової економіки, але і з багатьох причин необхідні.

3. Структурно-організаційний принцип включає в себе: а) принцип системності та комплексності в управлінні споживчим ринком. Це, по-перше, розгляд ринку як системи, що складається з окремих підсистем рівнозначного змісту. По-друге, управління ринком має здійснюватися комплексно на основі всебічного врахування всіх факторів, що впливають на об'єкт управління. Комплексність управління ринком, у свою чергу, передбачає надійне інформаційне забезпечення процесу управління; б) принцип поєднання централізації і децентралізації в управлінні ринком. Він означає найкращий розподіл прав і відповідальності в реалізації ринкової політики між рівнями управління. Реалізація принципу передбачає оптимальне поєднання вертикальних зв'язків підпорядкування і горизонтальних зв'язків координації узгодження; в) принцип науковості, що означає створення відповідної науково-

методологічної бази для ефективного регулювання споживчого ринку. До цієї діяльності повинні бути залучені кваліфіковані кадри вчених. Науковий підхід у забезпеченні ефективності роботи з управління ринковими процесами включає відповідну методологічну схему і організаційні структури як спеціального, так і науково-прикладного характеру; г) принцип відкритості споживчого ринку як системи, що означає його взаємодія з сусідніми територіальними ринками на умовах взаємної вигоди і рівноправності, дотримання тактичних і стратегічних інтересів. Практика показує неможливість і неприпустимість територіальної замкнутості в організації споживчого ринку, так як економічна взаємодія з територіальними ринками об'єктивно може бути взаємовигідним; д) принцип єдності економіки і політики. Стосовно до споживчого ринку він має першорядне значення, так як споживчий ринок виконує поряд з іншими й політичну функцію. Як соціально-економічна система він відображає політичні інтереси держави щодо задоволення матеріальних і духовних потреб громадян. Крім того, споживчий ринок бере участь у формуванні світогляду, політичних і соціальних цінностей, він є соціально-економічним індикатором «температури» суспільства.

Далі розглянемо основні функції управління організаційно-економічного механізму на ринку продукції вівчарства:

1. Адміністративна функція, полягає в застосуванні так званого адміністративного ресурсу, тобто комплексу владних повноважень щодо усунення або профілактики реальних або можливих відхилень на споживчому ринку. Ця функція «включається» у випадках, коли реалізація інших функцій не приносить бажаного ефекту або неможлива.

2. Законодавча функція, яка полягає в створенні всеосяжного і несутеречливого правового поля для функціонування всіх суб'єктів-учасників споживчого ринку. Ця функція лежить в основі ефективної діяльності всього механізму регулювання ринку.

3. Нормативно-правова функція означає створення на основі ефективної законодавчої бази системи нормативно-правових актів, що регулюють

конкретні сторони діяльності суб'єктів господарювання та інших учасників споживчого ринку. Необхідність централізації цієї функції обумовлена потребою забезпечення синхронності функціонування та однаковості умов для всіх агентів ринку.

4. Функція соціального впливу і виховання полягає в регулюванні проблем соціального характеру, що стосуються, головним чином, задоволення необхідних потреб населення або соціальних груп. У широкому плані дана функція спрямована на формування соціальної політики на споживчому ринку, на утвердження принципів соціальної справедливості. Соціальне виховання в рамках названої функції означає реалізацію заходів щодо формування системи розумних потреб, недопущення девіантних явищ на споживчому ринку, контроль за рекламною діяльністю.

5. Функція державного патерналізму проявляється в забезпеченні пільг і послаблень секторам і елементам споживчого ринку, які з ряду причин недостатньо ресурсообеспечені, або поки мають слабку соціальну підтримку. Це може бути стимулювання деяких економічно не вигідних, але соціально необхідних виробництв, нерозвинених регіональних ринків.

6. Функція спільного управління, яка означає участь органів державної влади в управлінні підприємствами та організаціями-учасниками споживчого ринку. Реалізація цієї функції обумовлена роллю держави як найбільшого власника на ринку. Вона спрямована на матеріалізацію стратегічних установок державної політики у сфері управління споживчим ринком.

Таким чином, система функцій держави в механізмі соціально-економічного регулювання ринку споживчих товарів включає загальні та специфічні функції [73].

Функції управління організаційно-економічного механізму на ринку продукції вівчарства можна розглядати як заданий, невід'ємний атрибут його функціонування в якості системи.

Сформований організаційно-економічний механізм являє собою систему взаємодії внутрішніх і зовнішніх факторів впливу на функціонування ринку

продукції вівчарства. Саме за таких умов на ринку забезпечується висока ефективність ведення підприємницької діяльності та максимальна його прибутковість.

Для більш ефективного функціонування складових нами використано методологічні засади запропоновані Ю. Я. Лузаном [74], та здійснена оцінка 12 основних його складових з урахуванням синергетичного ефекту на базі визначених критеріїв оцінки кожної складової механізму.

По кожній складовій механізму визначено перелік основних невіршених питань, які враховувалися як понижувальні фактори від максимальної оцінки 10 балів (табл. 1.4).

*Таблиця 1.4*

**Оцінка ефективності функціонування складових  
організаційно-економічного механізму у розвитку галузі вівчарства**

<b>Організаційні компоненти</b>	<b>Економічні компоненти</b>
<b>1</b>	<b>2</b>
<b>1. Інфраструктура ринку продукції вівчарства:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- нерозвиненість біржової торгівлі, яка не стала прозорим середовищем для формування цін;</li> <li>- недостатність підтримки щодо створення оптових ринків, аукціонів живих овець;</li> <li>- затримування процесу адаптації стандартів на сільськогосподарську продукцію і продовольчі товари відповідно до вимог міжнародних організацій;</li> <li>- не створено умов для розвитку заготівельно-збутової діяльності на принципах кооперації;</li> <li>- не організовано систему надання комплексу послуг для дрібних сільгоспвиробників (переробка, транспорт, зберігання)</li> </ul>	<b>1. Інвестиційно-інноваційний розвиток:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- відсутність державних гарантій для залучення іноземних інвестицій;</li> <li>- не створено сприятливі умови для залучення інвестицій через встановлення спеціального режиму інвестиційної діяльності;</li> <li>- скоротилася кредитна підтримка інвестиційної діяльності;</li> <li>- податкова політика не виконує стимулюючої функції</li> </ul>
<b>2. Виробничо-технологічний процес:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- неможливість застосування інтенсивних і ресурсозберігаючих технологій у дрібнотоварних підприємствах (особистих селянських господарствах);</li> <li>- неможливість застосування комплексної механізації та автоматизації у дрібних господарствах;</li> <li>- низький рівень організації селекційно-племінної роботи</li> </ul>	<b>2. Кредитування та банківські послуги:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- недостатність заставної бази для залучення кредитів;</li> <li>- недоступність мікрокредитів для особистих селянських господарств;</li> <li>- відсутність іпотечного кредитування;</li> <li>- відсутність гарантій держави важливих загальнодержавних інвестиційних проєктів</li> </ul>

Продовження табл. 1.4

1	2
<b>3. Нормативно-правове забезпечення діяльності галузі:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- недосконалість законодавчої регулювальної бази;</li> <li>- не створено відповідних умов для спрощеного порядку реєстрації підприємництва в галузі;</li> <li>- відсутня розробка прогнозів індикативних параметрів розвитку вівчарства;</li> <li>- не створені умови впровадження державних програм розвитку галузі</li> </ul>	<b>3. Страхування сільськогосподарських ризиків:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- відсутність механізмів взаємного страхування;</li> <li>- недосконале законодавче забезпечення з врахуванням специфіки страхування сільськогосподарських ризиків;</li> <li>- недосконала інфраструктура сільськогосподарського страхування;</li> <li>- неконтрольоване встановлення вартості страхових послуг;</li> <li>- відсутність статистичних досліджень сільськогосподарського страхування</li> </ul>
<b>4. Матеріально-технічне забезпечення:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- не створено систему технічного забезпечення галузі вітчизняною конкурентною технікою і обладнанням;</li> <li>- недосконалість програм часткового здешевлення вартості обладнання та інших ресурсів</li> </ul>	<b>4. Цінове регулювання:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- недостатнє врегулювання питання паритету цін на сільськогосподарську продукцію і ресурси промисловості;</li> <li>- недосконалість державної системи моніторингу і системи цін;</li> <li>- відсутність умов для оптимального співвідношення ціни і якості продукції;</li> <li>- відсутність дотацій на виробництво овечого молока і м'яса овець</li> </ul>
<b>5. Система державного контролю та логістики:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- відсутня підтримка створення сучасних державних лабораторій та контроль за якістю продукції;</li> <li>- не сформована інфраструктура митного і технічного контролю за якістю;</li> <li>- не визначено тарифи на логістичні послуги</li> </ul>	<b>5. Митно-тарифне регулювання:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- недосконала система митного контролю (потребує розширення мережі);</li> <li>- потреба в удосконаленні митно-тарифного і нетарифного регулювання експортно-імпортних операцій з урахуванням вимог СОТ</li> </ul>
<b>6. Розвиток сільськогосподарської обслуговуючої кооперації:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- не визначено статус неприбутковості обслуговуючих кооперативів і порядок адміністрування їх оподаткування як принципового елементу ефективної діяльності;</li> <li>- відсутність державної підтримки розвитку, особливо в організації заготівельно-збутової діяльності</li> </ul>	<b>6. Оподаткування:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- постійні зміни порядку справляння фіксованого податку та податку на додану вартість;</li> <li>- відсутнє податкове стимулювання інвестиційно-інноваційних проєктів</li> </ul>

Джерело: досліджено і адаптовано на основі [69; 74, с.168].

Оцінюючи даний механізм, встановлено, що зі 120 можливих балів загальна оцінка оцінюється в 37 балів, або рівень організаційно-економічного забезпечення розвитку галузі становить лише 30,8 %, в тому числі за організаційними компонентами – 48,6 %; а економічними – 51,4 %.

Оцінка організаційно-економічного механізму дає можливість виявити неефективні складові механізму, рівень гармонізації всіх складових, розробити та здійснювати на цій базі систему заходів, що забезпечать



підвищення загальної ефективності організаційно-економічного механізму, де всі складові й інструменти повинні найбільш гармонійно поєднуватися та доповнювати один одного.

Таким чином, організаційно-економічний механізм можна охарактеризувати як послідовну низку причинно-наслідкових зв'язків здійснення будь-якого процесу системи, що базується на відповідних їй засобах, методах та принципах функціонування. Тобто, будь-яка система функціонує за принципом організації її трансформації з одного стану в інший, і, безумовно, має відповідати принципу економії, що і відповідає сутності категорії організаційно-економічного механізму.

Узагальнюючи вищесказане, вважаємо, що організаційно-економічний механізм ринку продукції вівчарства є сукупністю організаційних та економічних важелів, інструментів, які формують і регулюють порядок здійснення діяльності суб'єктів господарювання, а також сприяють забезпеченню збалансованих відносин між ними. Оптимальне поєднання організаційної та економічної системи визначає результативність організаційно-економічного механізму в цілому на продовольчому ринку.

Тому, на нашу думку, ефективне функціонування ринку продукції вівчарства, залежить від правильного вибору, побудови та використання організаційно-економічного механізму, який дасть змогу вітчизняним підприємствам конкурувати на продовольчому ринку як в Україні, так і за кордоном.

### **1.3.Методичні підходи оцінювання ринку продукції вівчарства**

Дослідження стану і розвитку ринку продукції вівчарства включає методи оцінювання зовнішніх та внутрішніх факторів, які впливають на всю сукупність елементів системи функціонування сільськогосподарських підприємств, фермерських господарств в аграрному секторі, також показує їх специфіку й взаємозв'язки, що дозволяють синтезувати його економічну і виробничу діяльність.

Дослідження ринку продукції вівчарства формується на методичних підходах, що є сукупністю теорій, трактувань, аксіом, гіпотез та правил наукового дослідження і досягає високих результатів лише в тому випадку, коли вона ефективно обґрунтована.

Вивчення поняття «методологія» є складним, тому що слід чітко розрізняти значення понять «метод», «методика» і «методологія».

Метод – спосіб досягнення мети, розв’язання конкретної задачі; сукупність прийомів (операцій) практичного впливу чи теоретичного освоєння об’єктивної дійсності з метою її пізнання.

Методика дослідження – це система правил використання методів, прийомів та способів для проведення будь-якого дослідження. Свідоме застосування науково обґрунтованих методів слід розглядати як найсуттєвішу умову отримання нових знань.

Загалом, методика дослідження – це сукупність прийомів і способів дослідження, включаючи техніку і різноманітні операції з фактичним (емпіричним) матеріалом. Основне призначення методики дослідження полягає у тому, щоб на основі відповідних принципів (вимог, умов, обмежень, приписів тощо) забезпечити успішне вирішення визначених завдань, практичних проблем і досягнення мети наукового дослідження.

Методологія – це концептуальний виклад мети, змісту, методів дослідження, які забезпечують отримання максимально об’єктивної, точної, систематизованої інформації про процеси та явища [78, с. 18].

На сьогоднішній день розроблено велику кількість методичних підходів щодо оцінки ринку продукції вівчарства, кожен з яких відрізняється своєю характеристикою та вагомістю у дослідженні.

Якщо розглядати комплексну характеристику процесів та явищ на ринку продукції вівчарства, то в першу чергу, на нашу думку, необхідно зосередитись на дослідженні його кон’юнктури, оскільки вона є вкрай незамінною для відображення поточної, об’єктивної та повної інформації стосовно стану ринку.

Вивчення тенденцій розвитку ринку, особливостей його функціонування, характеру та стану ринку, чинників впливу, причинно-наслідкових зв'язків дає змогу дослідити, проаналізувати та сформувати інформаційно-аналітичну базу для визначення пріоритетних напрямів досліджень щодо розробки інтегральних методів оцінювання кон'юнктури ринку.

Досліджуючи кон'юнктуру ринку продукції вівчарства, нами виділено чотири методичні підходи його оцінювання: загальнонаукові теоретичні методи, емпіричні, економіко-математичні та статистичні. Класифікацію методичних підходів оцінювання кон'юнктури ринку продукції вівчарства показано на рис. 1.12.

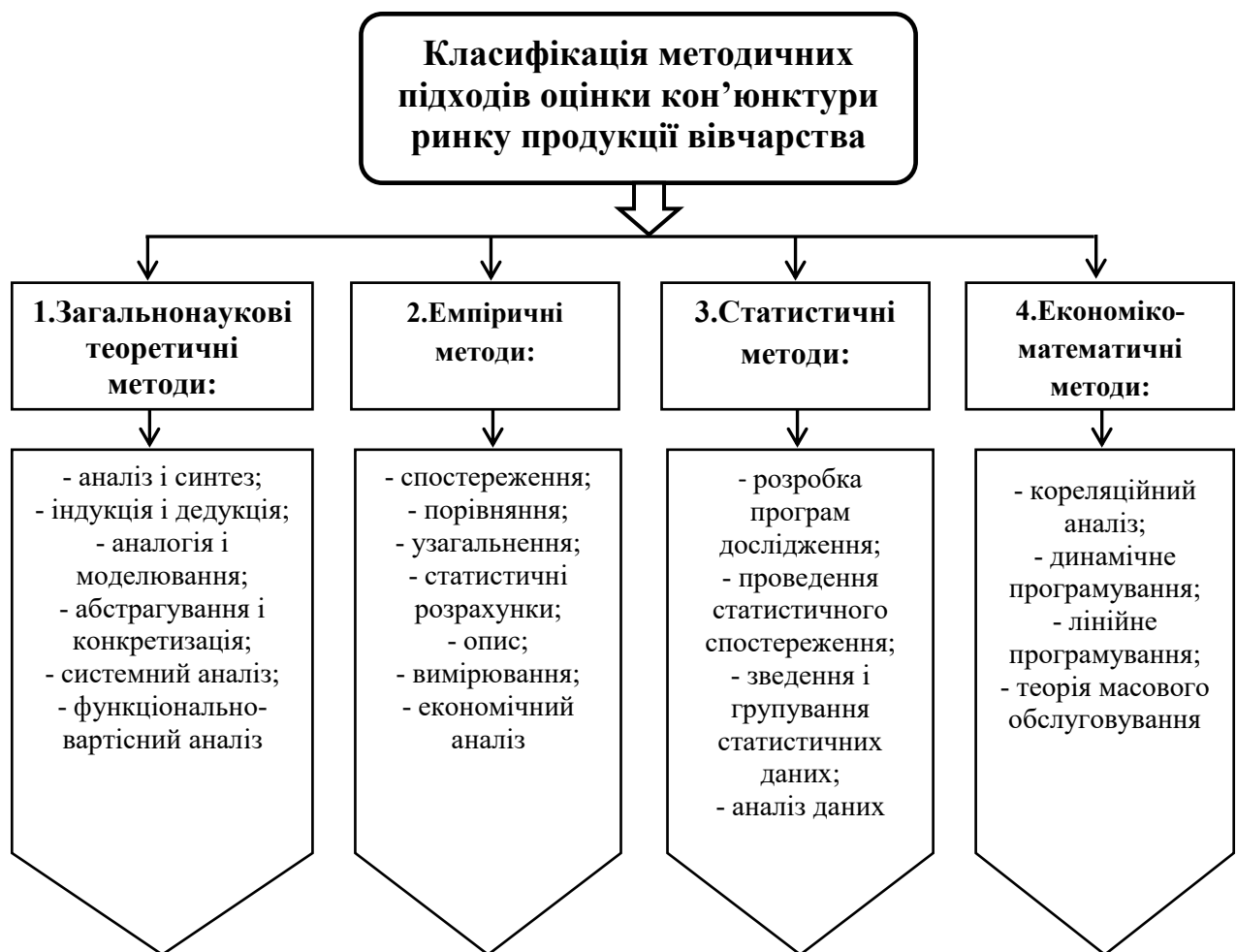


Рис. 1.12. Характеристика методичних підходів оцінювання кон'юнктури ринку продукції вівчарства

Джерело: власні дослідження на основі [79 – 89].

У сьогоднішніх умовах увага дослідників зосереджена на вивченні одиничних методів оцінювання кон'юнктури ринку певних галузей, в той час, як на сучасному етапі розвитку вкрай необхідні інтегральні методи оцінювання, які поєднують різні комбінації існуючих методів [90, с. 218]. Доцільно визначити, як вчені-економісти оцінюють стан кон'юнктури ринку.

Так, В. Кузяк, Ю. Добуш, вважають, що для оцінки динаміки стану кон'юнктури ринку необхідно використовувати статистичні методи аналізу часових рядів та індексний метод, а під час дослідження кон'юнктури варто дотримуватись такої послідовності: розрахувати показники динаміки рівнів ряду (ланцюгові, базисні темпи росту і приросту); побудувати графіки рівнів аналізованого показника і показників його динаміки; за допомогою того чи іншого методу дати оцінку кривої кон'юнктури; здійснити інтерпретацію основної тенденції та функції кон'юнктури; розрахувати показники коливання і циклічності кон'юнктури. Після розрахунку показників динаміки потрібно побудувати графіки, що дадуть певні уявлення про форму тренду кон'юнктури. Однак для нестійкої кон'юнктури графіки динаміки можуть не виявити стійкої тенденції. Виявити стійку тенденцію у таких умовах можна, використавши спеціальні статистичні методи згладжування. Метод технічного вирівнювання, коли на графіку візуально проводиться крива, яка відображає, на думку дослідника, тенденцію розвитку. Метод механічного згладжування полягає у розрахунку і побудові змінних та більш рівневих середніх, які відображають тенденцію або циклічність розвитку. Методи аналітичного вирівнювання полягають у побудові статистичних моделей тренду на основі того чи іншого припущення. Одним із таких методів є метод найменших квадратів. Побудована за його допомогою теоретична крива кон'юнктури дає можливість розрахувати показники коливання і циклічності кон'юнктури. Проте здебільшого виявлення циклічності вимагає застосування особливих методів [91, с. 63].

Ці методи є дієвими, проте вони найчастіше застосовуються для аналізування кон'юнктури ринку.

Р. Федорович, С. Семенюк, В. Кузяк, Ю. Добуш та ін. розглядають процес оцінювання кон'юнктури ринку у контексті процесу аналізування кон'юнктури, а процес оцінювання взагалі не виділяють як самостійний процес опрацювання інформації. Така ситуація є неприйнятною та неприпустимою, оскільки незрозуміло, чому науковці не виділяють окремо процес оцінювання, та невідомо чи дослідники здійснюють оцінювання чи аналізування кон'юнктури ринку [90, с. 219].

Т. Кобелєва вважає, що найперспективнішим сьогодні є моніторинговий підхід до формування та оцінювання кон'юнктури ринку, який органічно поєднує емпіричні, експертні та економіко-математичні методи [92, с. 8].

О. Кошій рекомендує застосовувати методологічний підхід, визначаючи рівень залежності кон'юнктури національної економіки від стану світового ринку та еластичності попиту за доходом на продукцію, кон'юнктура ринку якої досліджується [93, с. 99].

Т. Примак пропонує здійснювати оцінювання кон'юнктури ринку, вивчаючи попит на товар певної галузі, та використовувати при цьому методи оцінки загальної і територіальної місткості ринку (метод ланцюгових відносин). Дослідник характеризує метод підсумовування, методи оцінювання перспективної місткості ринку (метод екстраполяції та експертних оцінок). Незрозуміло, чому автор не вивчає пропозиції, а обмежується лише попитом [90, с. 219].

О. Абакуменко вважає, що оцінювання кон'юнктури ринку необхідно здійснювати за допомогою поєднання процесного підходу, структурного підходу та функціонального підходу.

Як зазначає О. Абакуменко, важливого значення під час аналізу та прогнозування кон'юнктури ринку набуває набір показників. Показники кон'юнктури ринку – це параметри та їх сукупності, що відображають внутрішні економічні процеси розвитку ринку; це інструментарій, за допомогою якого можна кількісно оцінити зміни, що відбулися під впливом різних чинників. Сформована система показників кон'юнктури є об'єктивною

передумовою отримання правильних прогнозів та правильного відображення її стану [94, с. 2].

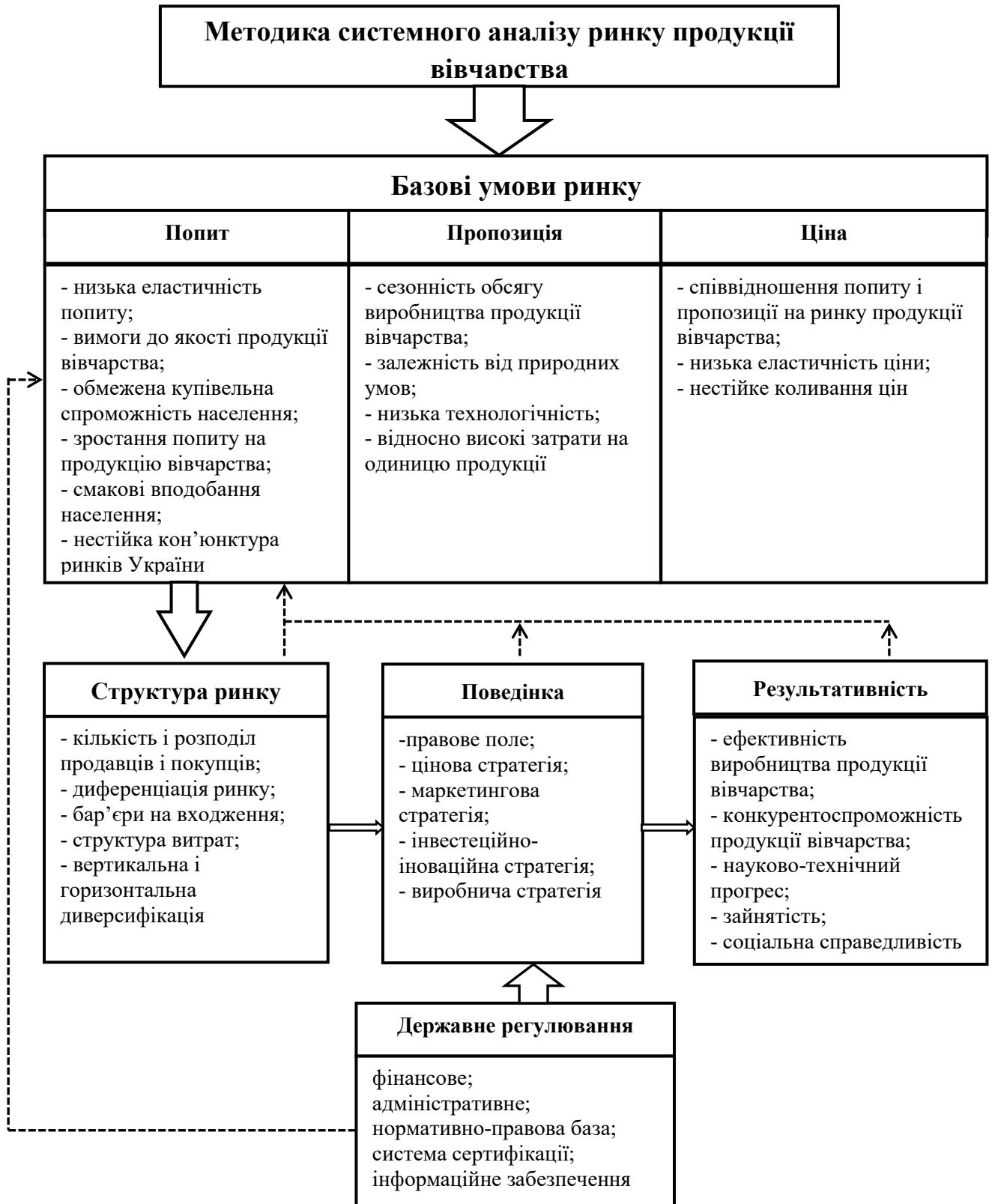


Рис. 1.13. Схема системного аналізу ринкових структур ринку продукції вівчарства

Джерело: адаптовано і досліджено на основі [96, с.35].

Одним із напрямів дослідження ринку продукції вівчарства виступає системний підхід, аналіз якого слід проводити в декілька етапів у відповідності із заданою методикою, що конкретизує парадигму «структура → поведінка → результативність» [95, с. 130 – 138], що представлена на рисунку 1. 13.

Для оцінки кон'юнктури ринку продукції вівчарства слід виділити такі три рівні системного підходу: перший рівень передбачає дослідження об'єкта на ринку продукції вівчарства, що характеризують його в узагальнених показниках; другий рівень передбачає дослідження структури ринку продукції вівчарства; третій рівень дослідження ринку продукції вівчарства передбачає опис стану окремих елементів товарного ринку.

Першим етапом аналізу ринку продукції вівчарства виступають базові умови ринку, які характеризують, з одного боку, ефективність виробництва і споживання продукції вівчарства, а з другого, – показують конкретну ситуацію щодо функціонування продовольчого ринку в Україні. Саме під впливом базових умов ринку продукції вівчарства зі сторони попиту, пропозиції та ціни формуються особливості структурного ринку, що є основними складовими функціонування ринкового механізму.

Серед усіх базових умов ринку слід виділити пропозицію, яка включає в себе сезонний характер обсягу виробництва продукції вівчарства і безпосередню залежність від природно-кліматичних умов, які зумовлюють нестабільність доходів фермерів та нестійке коливання цін, низьку технічну оснащеність фермерських господарств та підприємств, застарілі технології та обладнання.

Базовими умовами ринку щодо попиту є низька еластичність попиту на продукцію вівчарства, що спричиняє низьку еластичність цін, прив'язку попиту до смакових вподобань та обмеження попиту внаслідок низької купівельної спроможності населення, зростання попиту на продукцію вівчарства, вплив нестійкої кон'юнктури ринків України.

На другому етапі дослідження методики аналізу ринкових структур визначаємо комбінацію характерних структуроутворюючих ознак ринку

продукції вівчарства, а саме: кількість та розподіл продавців і покупців; бар'єрів на входження; диференціації ринку; структури витрат; рівня вертикальної інтеграції та диверсифікації виробництва продукції вівчарства.

Структура ринку вівчарства визначається кількістю та розмірами господарств, доступністю інформації, характером продукції та легкістю входження на ринок і виходу з нього. Ринкова структура вівчарства повинна забезпечити такий рівень виробництва, який дозволить їй збільшити прибутки або мінімізувати збитки.

Проаналізувавши характеристики, що визначають структуру ринку вівчарства, можна з'ясувати, яким чином господарство приймає рішення стосовно обсягів виробництва та ціноутворення з врахуванням досягнення ринкової рівноваги. Така сукупність ознак ринкової структури істотно впливає на організацію ринку продукції вівчарства, що, в свою чергу, зумовлює встановлення цін і обсягів виробництва продукції, а також визначає характер взаємозв'язку фермерських господарств та підприємств даної галузі.

Аналіз вертикальної та горизонтальної диференціації ринку продукції вівчарства зумовлює два важливі наслідки для підприємств.

По-перше, різновид продукції вівчарства створює ринкову владу підприємства чи фермерського господарства, тому що завжди існують покупці, які надають перевагу продукції товарної марки саме даного підприємства. Відповідно, якщо покупці розглядають різні товарні марки як недосконалі субститути, підприємство може підвищити ціну на свій особливий товар вище рівня цін конкурентів, не втративши при цьому покупців.

По-друге, диференціація продукції вівчарства вигідна і споживачам. Коли підприємство входить на ринок з новою товарною маркою, споживачі отримують ще більший різновид продукту, який здатний відповідати їх перевагам.

Така диференціація продукції розширює можливості споживчого вибору населення.



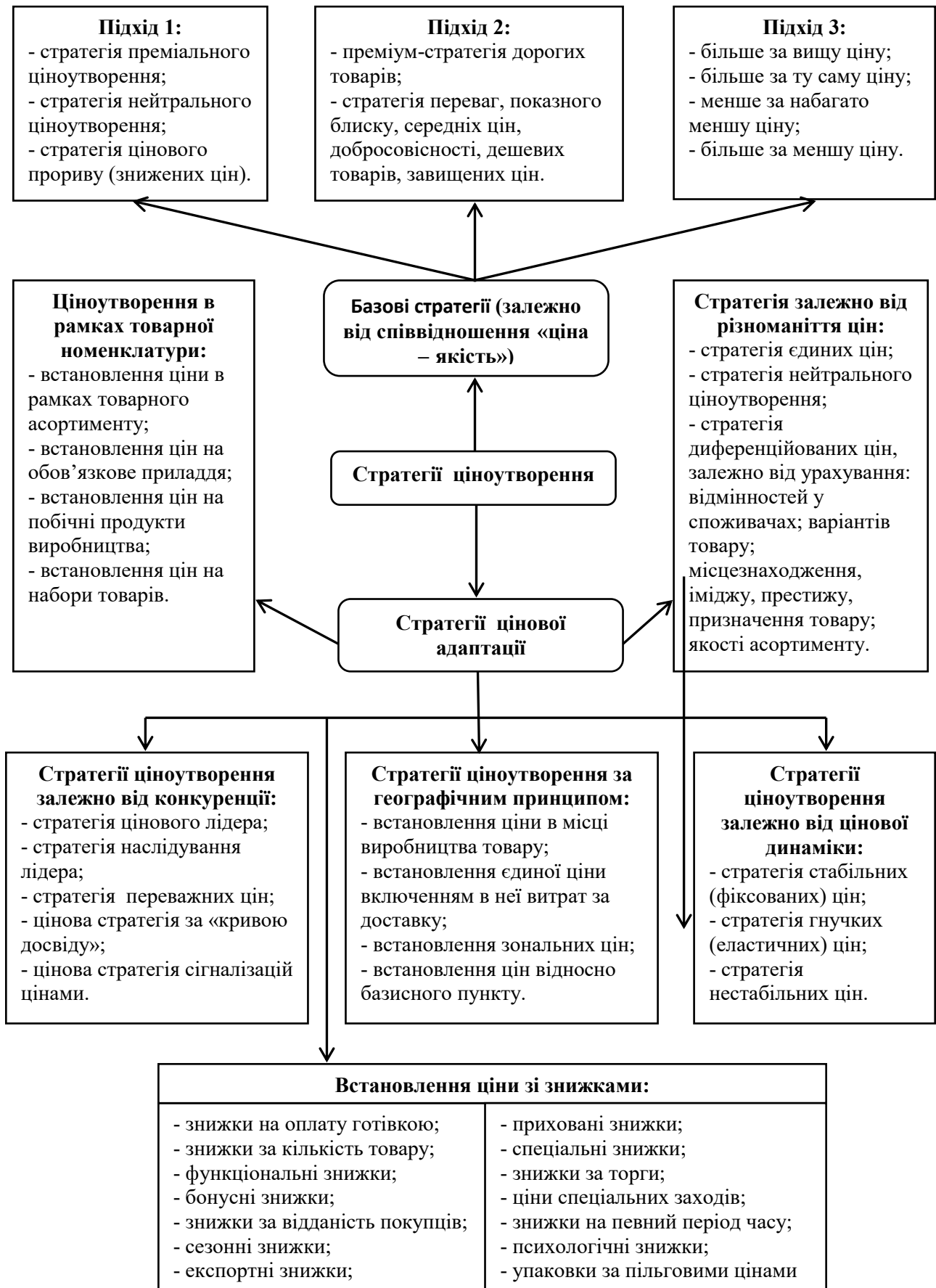


Рис. 1.14. Класифікація цінових стратегій на ринку продукції вівчарства

Джерело: адаптовано і досліджено на основі [98].

Наведена класифікація ринкових структур галузі вівчарства використовується в економічній теорії для обґрунтування об'єктивно ринкових закономірностей, особливостей їх прояву та типових правил поведінки підприємств як господарських суб'єктів.

Наступним третім етапом базових умов ринку є поведінка споживачів; аналіз правового поля, в якому перебувають споживачі; аналіз цінової, маркетингової, інвестиційно-інноваційної та виробничої стратегії.

Більш детально розглянемо класифікацію цінової стратегії поведінки споживачів на ринку продукції вівчарства на рисунку 1.14, що зображена вище.

Існує ряд чинників, які впливають на поведінку споживача на ринку. Як правило, їх поділяють на зовнішні (релігійні, культурні, політичні, економічні, соціальні, ситуативні, кліматичні тощо) та внутрішні (песимістичні та оптимістичні очікування споживача, його світогляд, виховання, стереотипи тощо) [97, с. 23].

Виходячи з ринкової економіки, виробники ринку продукції вівчарства наділені правом самостійно визначати ціну на власну продукцію, а також правом її визначення на засадах домовленості зі споживачами при укладанні між ними угод купівлі-продажу.

Поведінка споживачів на ринку значною мірою залежить від цінової стратегії, що прямо залежить від цін і ціноутворення на продукцію вівчарства.

Тому, досліджуючи ціноутворення на ринку, важливо здійснити аналіз: ціноутворення в рамках товарної номенклатури; стратегії залежно від різноманіття цін; стратегії ціноутворення залежно від цінової динаміки; стратегії ціноутворення залежно від конкуренції; стратегії ціноутворення за географічним принципом; встановлення ціни зі знижками; базових стратегій (залежно від співвідношення «ціна – якість»); стратегії цінової адаптації.

Четвертим етапом при дослідженні ринкових структур ринку продукції вівчарства є визначення масштабів і методів їх державного регулювання, тому що від нього значною мірою залежить результативність продовольчого ринку. У системі відносин ринку продукції вівчарства виділяють дві складові.

Перша – гарантія вільної поведінки на ринку сільськогосподарських і інших виробників, а також покупців на всіх рівнях. Друга – організаційно-економічний механізм регулювання ринку продукції вівчарства.

Вплив державного регулювання на ринкові структури може здійснюватися за рахунок інвестицій, інновацій, цін, обсягів виробництва продукції, податків, субсидій, тарифів, експортних та імпорتنих квот, антимонопольної політики. Держава може бути досить надійним суб'єктом ринку продукції вівчарства внаслідок застосування заставних закупівель або інтервенції на ньому.

На сьогодні держава для підтримки товаровиробників і продовольчих ринків використовує такі інструменти: цінова політика, податкова політика, бюджетна підтримка, надання пільгових кредитів тощо.

Враховуючи заходи щодо удосконалення державного регулювання ринкових структур, що сприятимуть зменшенню безповоротних втрат національного добробуту, потрібно раціоналізувати механізм надання дотацій та субсидій; зменшити податкове навантаження на виробників, зокрема через встановлення економічно обґрунтованих пільг для галузей з олігопольною структурою з одночасним зменшенням кількості пільг для природних монополій; знизити ставку ПДВ; узгоджувати розподіл квот на виробництво з механізмом отримання відповідних ліцензій; створити більш прозору та оперативну систему ліцензування; здійснювати попередній ситуаційний моніторинг ринків перед прийняттям рішення про встановлення мінімальних (максимальних) цін та митних тарифів [99].

Система державного регулювання структури ринку продукції вівчарства складається з двох напрямків: організаційного та економічного (рис. 1.15).

До організаційних напрямів регулювання ринку продукції вівчарства належать: створення системи державних інституцій з регулювання ринку продукції вівчарства; створення й розвиток ринкової інфраструктури продукції вівчарства; формування нормативно-правової бази та інформаційного забезпечення і створення міжвідомчих і регіональних узгоджувальних комісій



Рис. 1.15. Схема системи державного регулювання ринку продукції вівчарства

Джерело: адаптовано і досліджено на основі [100].

з питань врегулювання міжгалузевих відносин; ведення моніторингу та прогнозування кон'юнктури ринку продукції вівчарства; посилення контролю

за якістю та безпечністю продукції вівчарства; впровадження стандартів виробництва та правил сертифікації продукції вівчарства.

Економічні напрями регулювання ринку продукції вівчарства мають включати складання балансів продукції вівчарства та їх оптимізацію; узгодження попиту і пропозиції за підтримки їх рівноваги; регулювання та підтримку пропозиції шляхом здійснення резервних, заставних та регіональних закупівель і продажу продукції вівчарства; митно-тарифне регулювання експорту й імпорту продукції вівчарства; підтримку кредитування виробництва продукції вівчарства; цінову підтримку продукції вівчарства; бюджетну підтримку експорту (експортні субсидії й програма розширення експорту) продукції вівчарства.

На п'ятому, заключному етапі – досліджується результативність ринку, в основі якого є оцінка не тільки ефективності виробництва продукції вівчарства, але й забезпечення зайнятості і соціальної справедливості, справедливого розподілу доходів між учасниками ринку.

На цьому етапі досліджуються також цінові параметри та рівень задоволеності попиту на внутрішньому ринку.

Важливе місце в дослідженні результативності ринку продукції вівчарства займають методичні підходи оцінювання, які надають можливість з певним рівнем точності ідентифікувати ті чи інші ознаки якості виготовленої продукції.

Тому завданням сучасних наукових досліджень стосовно визначення напрямів структурної результативності ринку повинна стати розробка та адаптація нових методичних підходів щодо ідентифікації продукції вівчарства, яка надаватиме можливість встановити оцінку його параметрів (табл.1.5).

Для повноцінного дослідження стану ринку продукції вівчарства, на нашу думку, доцільно визначити та проаналізувати наступні два методи економічних досліджень:

1. Метод DEA, (Data Envelopment Analysis) який дозволить отримати комплексну оцінку рівня ефективності господарюючого суб'єкта, що враховує

вплив багатьох вхідних та вихідних факторів виробництва. Крім того, на відміну від традиційних методів оцінювання ефективності, методом DEA можливо визначати оптимальні значення ресурсних показників, що дозволять господарюючому суб'єкту досягати 100-відсоткової ефективності.

Таблиця 1.5

**Оцінка системи показників результативності ринку продукції  
вівчарства**

Показники	Оцінювання
<b>1.Виробничі</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- кількість поголів'я овець, тис. голів;</li> <li>- структура поголів'я овець, %;</li> <li>- розподіл овець за статеві-віковими групами, тис. голів;</li> <li>- поголів'я овець за природно-кліматичними зонами, тис. голів;</li> <li>- частка поголів'я овець України у світі, %;</li> <li>- виробництво баранини у забійній масі, тис. т;</li> <li>- частка від виробництва м'яса баранини України в світі, % ;</li> <li>-виробництво овечої вовни, т;</li> <li>- середньорічний настриг вовни від однієї вівці, кг;</li> <li>- виробництво овечого молока, тис. т;</li> <li>- частка від виробництва овечого молока України в світі, %</li> </ul>
<b>2. Реалізаційні</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- виручка від реалізації продукції вівчарства, грн.;</li> <li>- ціна реалізації продукції вівчарства, грн.;</li> <li>-прибуток (збиток) від реалізації продукції вівчарства, грн.;</li> <li>- кількість продукції в живій масі, ц</li> </ul>
<b>3. Економічні</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-виробнича собівартість виробництва продукції вівчарства, грн.;</li> <li>-повна собівартість виробництва продукції вівчарства, грн.;</li> <li>- рівень рентабельності виробництва продукції вівчарства, %</li> </ul>

Джерело: власні дослідження автора.

У підході DEA методом лінійного програмування в багатовимірному просторі вхідних і вихідних даних оцінюваних суб'єктів будується кусково-лінійна поверхня, що огинає емпіричні дані та апроксимує ефективній межі. Об'єкти, що знаходяться на ефективній межі, мають ефективність, рівну одиниці, а ефективність решти об'єктів визначається за їх відносною відстанню від цієї межі. Залежності від припущень щодо ефекту від масштабу розрізняють

CRS та VRS моделі DEA. При визначенні ефективності за моделлю CRS використовується припущення про сталий ефект від масштабу.

Р. Бенкер, А. Чарнс і В. Купер запропонували модель VRS, що враховує змінний ефект від масштабу. Оскільки сільськогосподарське виробництво характеризується змінною віддачею від масштабу, для оцінки його ефективності слід використовувати модель VRS. Виділяють моделі DEA, що є орієнтованими на вхід (input-oriented) та на вихід (output-oriented). У моделях, орієнтованих на вхід, мінімізується множина вхідних параметрів при фіксованих вихідних параметрах, а в моделях, орієнтованих на вихід, – максимізується вектор вихідних параметрів при фіксованому векторі вхідних параметрів [101, с. 30].

Застосований метод дозволяє не тільки ранжувати господарства за ефективністю, а й знаходити цільові значення вхідних та вихідних параметрів, що дозволять неефективному господарству стати ефективним.

2. SWOT-аналіз, який дасть змогу виявити ті сильні і слабкі сторони, що потребують найбільшої уваги і зусиль з боку підприємства. Перед початком SWOT-аналізу комплексно зосереджуються на ймовірних загрозах і можливостях, що постають перед виробником. Після цього слід з'ясувати, які загрози є найбільш імовірними і які ризики вони здатні спричинити. Саме вони потребують найбільшої уваги і концентрації зусиль з метою їх усунення [102].

Оцінюючи можливості, слід зважити на їх потенційну привабливість і ймовірність реалізації, а також те, чи заплановані вигоди можуть перевершити ймовірні втрати внаслідок реалізації можливостей. Іноді можливості несуть в собі як велику привабливість, так і великий ризик. Залежно від ситуації один і той самий фактор здатний бути як загрозою, так і можливістю [102].

Метою SWOT-аналізу не є з'ясування всіх сильних і слабких сторін, це надто складно і не забезпечує досягнення ефективності. Підприємство повинно зосередитися на тих із них, які можуть стати ключовими факторами успіху чи провалу, а надто широкий перелік нівелює те, що є найважливішим [102].

Існує безліч ситуацій, що передбачають застосування SWOT-аналізу:

- запуск стартапів, нових напрямків бізнесу;
- перегляд внутрішньої політики компанії;
- розгляд варіантів та можливостей перебудови бізнесу;
- перевірка правильності заданого курсу розвитку;
- покращення бізнес-процесів;
- для загального розуміння ситуації, що склалася на ринку;
- розробка перспективи розвитку ринку продукції вівчарства [102].

Перспектива розвитку розробляється як для ринку в цілому, так і для окремих його складових з урахуванням минулих періодів діяльності, можливих помилок, несприятливих ситуацій, впливу внутрішніх та зовнішніх факторів. Основною метою застосування вказаних вище методів дослідження розвитку ринку сільськогосподарської продукції є забезпечення стабільного виробництва та реалізації продукції, підвищення її якості, формування безперебійних поставок, урахування всіх можливих факторів впливу. Дана характеристика дозволяє найбільш повно й точно проаналізувати стан ринку сільськогосподарської продукції, виявити тенденції, розробити модель розвитку на перспективу [103].

Найважливіше завдання SWOT-аналізу – допомогти фермерським вівчарським господарствам побачити та оцінити всі чинники, які впливають на прийняття рішень, а також визначити можливості розвитку їхньої діяльності.

Використання вищевказаних методів і методичних підходів у дослідженні формування та розвитку ринку продукції вівчарства дає:

- можливість комплексно оцінити ринок продукції вівчарства;
- виявити позитивні та негативні тенденції функціонування ринку продукції вівчарства;
- визначити вплив факторів внутрішнього і зовнішнього середовища на формування ринку продукції вівчарства;
- можливість розробити перспективну модель формування та розвитку ринку продукції вівчарства;



— позитивні зміни в інвестиційно-інноваційній діяльності господарства [103].

За допомогою методики дослідження запропонованих етапів оцінювання ринку продукції вівчарства ми зможемо: проаналізувати всі головні його складові; обґрунтувати і розкрити теоретико-методологічні основи формування ринку продукції вівчарства та його структури; проаналізувати економічні чинники формування ринку продукції вівчарства; оцінити сучасний стан та оптимізувати основні напрями удосконалення ринку продукції вівчарства.

### **Висновки до розділу 1.**

Дослідження теоретико-методологічних основ формування та функціонування ринку продукції дозволило сформулювати такі висновки:

1. Аналізуючи концепції, теорії вітчизняних, зарубіжних вчених-економістів щодо сутності ринку і його основних складових, нами визначено 11 функцій, які стабілізують ринок продукції вівчарства та розроблено базову інфраструктуру ринку продукції вівчарства. Також зазначено, що формування ринку продукції вівчарства, особливо в умовах кризи, залежить від його основних елементів: попиту, пропозиції, ціни та конкуренції. Використовуючи та порівнюючи їх у контексті вивчення ринку продукції вівчарства, ми сформулювали таке трактування: «Ринок продукції вівчарства» – це один із основних елементів продовольчого ринку країни і цілому в АПК, на якому відбувається реалізація продукції вівчарства (м'ясо, молоко, вовна і т. д.) шляхом обміну, купівлію і продажу, домовленостями, зв'язками між суб'єктами, які займаються господарською діяльністю, під впливом попиту, пропозиції, ціни та конкуренції з метою отримання прибутку.

2. Проведені дослідження показали, що ефективне функціонування ринку продукції вівчарства, неможливе без розробки і впровадження організаційно-економічного механізму. Тому нами було окремо визначено: основні функціональні механізми ринку продукції вівчарства; процес формування організаційного механізму і взаємозв'язок економічного та організаційного механізму на ринку продукції вівчарства; складові організаційно-економічного

механізму функціонування ринку продукції вівчарства. Оцінено ефективність функціонування складових організаційно-економічного механізму у розвитку галузі вівчарства, що дало можливість виявити неефективні складові механізму, рівень гармонізації всіх складових, розробити та здійснювати на цій базі систему заходів, що забезпечать підвищення загальної ефективності організаційно-економічного механізму, де всі складові й інструменти повинні найбільш гармонійно поєднуватися та доповнювати один одного. Тому ефективне функціонування ринку продукції вівчарства залежить від правильного вибору та використання організаційно-економічного механізму, який дасть змогу конкурувати товаровиробникам на продовольчому ринку, як в Україні, так і у світі.

3. У дисертаційній роботі методичними підходами для оцінки ринку продукції вівчарства нами було використано такі загальнонаукові методи наукового пізнання: аналіз, синтез, аналітичний метод, індукція, дедукція, моделювання, узагальнення, формалізація, абстрагування, конкретизація, системний аналіз. А для повноцінного дослідження стану ринку продукції вівчарства використали наступні методи економічних досліджень: економічний аналіз, табличний метод, статистичний аналіз, кореляційно-регресійний аналіз, індексний метод, графічний метод, методи прогнозування, метод DEA, SWOT-аналіз. За допомогою запропонованих методичних підходів ми зможемо проаналізувати та дати ефективну оцінку ринку продукції вівчарства.

## **РОЗДІЛ 2. ОЦІНКА ТА СУЧАСНИЙ СТАН РОЗВИТКУ РИНКУ ПРОДУКЦІЇ ВІВЧАРСТВА**

### **2.1. Сучасний стан виробництва продукції вівчарства**

Продукція вівчарства є одним із основних і важливих харчових елементів тваринництва, а його ефективне виробництво і організація дають можливість забезпечувати розвиток та задовільний стан продовольчого ринку України.

Вівчарство – це та традиційна галузь тваринництва в Україні, що має сприятливі природно-кліматичні умови для його розвитку. Вона сформувалася ще в давні часи, але, незважаючи на соціально-економічні перетворення у світі, і на сьогоднішній день наповнює ринок такими цінними продуктами харчування, як м'ясо, молоко, бринза, мацоні, айран тощо, а промисловість – вовною, смужками, овчинами, хутряними і шкіряними овчими шкурами, ланоліном тощо.

Водночас вівчарство це найменш енерговитратна галузь, оскільки завдяки біологічним особливостям вівця споживає близько 600 видів рослин, післяжнивні та післяукісні рештки, перетворюючи їх у високоцінні продукти та сировину. За оплатою корму та кількістю одержаної продукції на одиницю витрачених кормів вівці не поступаються великій рогатій худобі, а за вовною продуктивністю переважають усі інші види тварин [105, с. 121].

Виробництво продукції вівчарства належить до економічно вигідних галузей тваринництва.

По-перше, висока адаптивна здатність овець забезпечує можливість незначних витрат на їх утримання та використання для господарських цілей малодоступних земельних угідь.

По-друге, велика різноманітність видів продукції овець забезпечує високу сумарну ефективність використання поживних речовин корму (5-6 % вовна, 15-20 – баранина, 25-30 % – молоко).

За адаптаційними можливостями вівці переважають інших сільськогосподарських тварин. Вони мають досконалу систему терморегуляції (посилення функції потових залоз, зростання частоти дихання в спеку). Із

змінною погоди у них виявляється специфічна групова (стадна) поведінка (скупченість у разі похолодання, вільне розміщення довгими вузькими рядами в спеку). Вівці добре пристосовані до різних кліматичних зон. Їх розводять у малодоступних для виробничого використання посушливих степах, холодних гірських районах та зонах пустель і напівпустель. Курдючні й жирнохвості вівці в екстремальних умовах здатні використовувати запаси жиру, який розщеплюється в організмі з утворенням енергії та метаболічної води.

Порівняно з іншими сільськогосподарськими тваринами вівці повніше використовують грубі й пасовищні корми. Серед придатних для годівлі кормових рослин вівці поїдають на 10-20 % видів більше, ніж інші тварини, а в екстремальних кліматичних зонах цей показник досягає 30 %. Із 667 видів вивчених пасовищних рослин вони поїдають 520, тоді як велика рогата худоба – 460, коні – 416. В овець гостро поставлені передні зуби (різці), звужена лицьова частина голови і тонкі та рухливі губи, що дає можливість скушувати навіть низькорослі трави та підбирати дрібні кормові рештки (листки, колоски) на післяжнивних площах. Спільне утримання великої рогатої худоби і овець у співвідношенні 1:7 підвищує ефективність використання пасовищ на 15-20 %.

Вівці стійкі проти холоду і не потребують теплих приміщень, оскільки у них добре розвинений волосяний покрив, проте вони чутливі до надмірної вологи і протягів, їх відносять до плодючих тварин після свиней і кролів – від 100 вівцематок одержують 150-160, а романівської породи – 200-250 ягнят. Поліестричність (здатність розмножуватися в усі сезони року) дає можливість одержувати від них три приплоди за два роки. Тварини характеризуються високою скороспілістю. Утримання молодняку окупається вовною вже протягом першого року життя, оскільки його стрижуть у річному, а з неоднорідною вовною – навіть у 4-6-місячному віці. Каракульські смушки одержують у 1-2-денному, романівські овчини – у 5-7-місячному віці [106, с. 278]. Проведення об'єктивної оцінки нинішнього стану вівчарства в Україні в цілому, в окремих регіонах держави може сприяти визначенню основних напрямів відродження галузі.

Незважаючи на свої цілющі якості, галузь вівчарства, його продукція швидкими темпами зникає з ринку. Це пояснюється, насамперед, тим, що немає постійних, надійних ефективно функціонуючих ринків збуту, а це призводить до скорочення поголів'я овець (рис. 2.1).

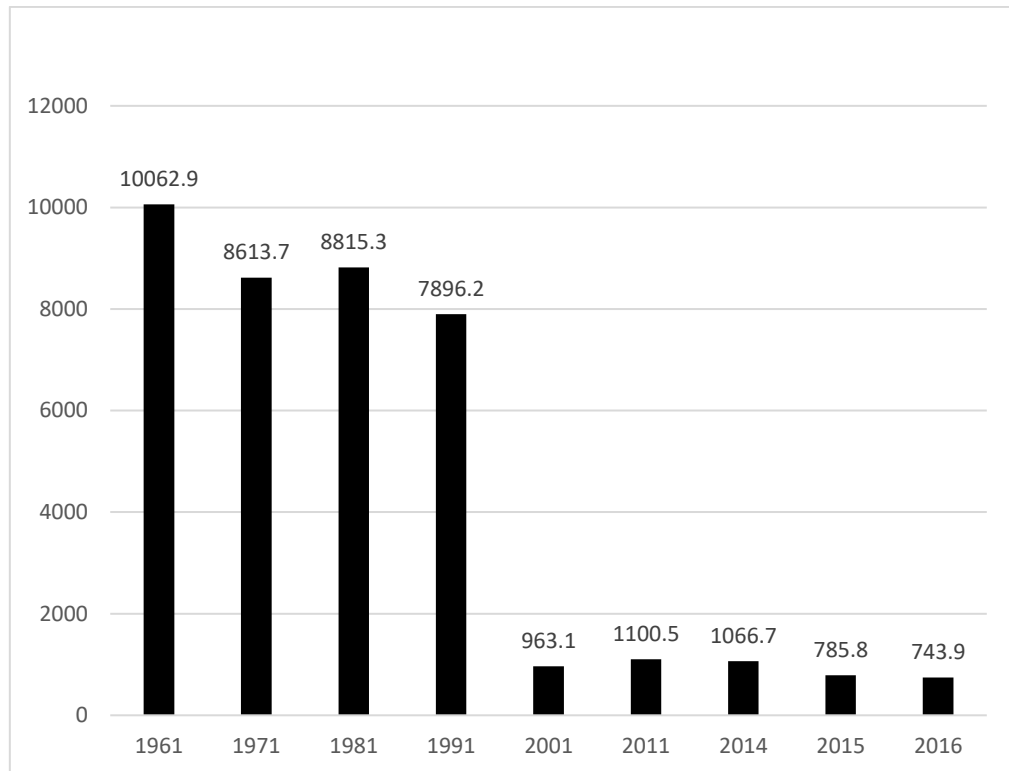


Рис. 2.1. Кількість поголів'я овець в Україні станом на 2016 рік, тис. голів  
Джерело: власні дослідження за даними державної служби статистики України [126].

Як видно з рисунка 2.1, ще за радянський період ( з 1961 по 1991 рік) поголів'я овець в Україні зменшилося на 78,5 %, тобто 2166,7 тис. гол., а після здобуття незалежності з 1991-2016 рр. поголів'я овець зменшилося на 90,6 % (7152,3 тис. гол.). Загалом за 55 років поголів'я овець скоротилося на 92,6 % – (9319,0 тис. гол.). Це є негативним явищем на ринку продукції вівчарства, адже зі зменшенням поголів'я овець з продовольчого ринку зникнуть важливі продукти харчування, сировина для одягу, для лікарських препаратів і т. д. Це, на нашу думку, призведе до того, що ми будемо імпортувати закордонну продукцію вівчарства, яку можемо виробляти в Україні.

Далі розглянемо динаміку поголів'я овець у всіх категоріях господарств по областях (табл. 2.1), де за чисельністю поголів'я станом на 2016 рік переважають Одеська (276,0), Закарпатська (110,7), Харківська (35,2), Чернівецька (33,8), Миколаївська (32,6), Запорізька (31,4), Херсонська (29,8), Донецька (27,9), Дніпропетровська (25,9) області.

Таблиця 2.1

**Динаміка поголів'я овець у всіх категоріях господарств, тис. голів**

Області	Роки								Відхилення, (+, -)	
	1991	2001	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2016 р. до 1991р.	2016р. до 2015р.
<b>Україна</b>	7896,2	963,1	1100,5	1093,2	1073,4	1066,7	785,8	743,9	-7152,3	-41,9
Автономна Республіка Крим*	1019,5	146,9	284,3	259,5	219,1	206,8	-	-	-	-
Вінницька	330,9	20,8	10,6	11,4	11,5	9,6	9,3	8,5	-322,4	-0,8
Волинська	126,1	11,6	7,7	8,3	8,4	8,5	8,6	8,6	-117,5	0
Дніпропетровська	434,6	8,9	30,1	29,2	29,2	28,5	28,0	25,9	-408,7	-2,1
Донецька	252,6	39,3	49,4	44,1	46,1	44,4	34,5	27,9	-224,7	-6,6
Житомирська	149,6	6,9	9,0	9,9	11,0	10,0	9,1	9,2	-140,4	0,1
Закарпатська	247,7	73,2	102,5	105,4	128,6	129,6	114,6	110,7	-137,0	-3,9
Запорізька	725,1	28,5	24,0	26,8	28,6	30,8	33,5	31,4	-693,7	-2,1
Івано-Франківська	55,6	22,4	7,1	8,0	8,7	9,2	9,3	9,2	-46,4	-0,1
Київська	55,1	3,0	8,9	8,7	8,3	8,2	8,0	8,6	-46,5	0,6
Кіровоградська	327,0	17,3	11,4	13,3	13,4	14,0	13,2	12,5	-314,5	-0,7
Луганська	210,7	21,5	30,2	28,3	28,6	30,5	16,1	15,0	-195,7	-1,1
Львівська	50,5	8,2	5,4	6,9	7,9	8,9	8,7	8,6	-41,9	-0,1
Миколаївська	390,3	20,8	30,3	28,7	29,7	33,3	32,7	32,6	-357,7	-0,1
Одеська	769,6	345,8	323,3	333,3	319,0	316,9	293,8	276,0	-493,6	-17,8
Полтавська	353,7	12,5	12,2	12,9	13,6	15,0	16,0	16,8	-336,9	0,8
Рівненська	84,6	5,8	4,8	5,4	6,7	6,8	5,9	5,2	-79,4	-0,7
Сумська	232,8	13,7	15,0	15,4	16,1	15,5	14,1	14,4	-218,4	0,3
Тернопільська	145,9	2,3	1,5	1,5	1,8	1,9	1,7	1,7	-144,2	0
Харківська	261,2	17,5	33,3	34,4	35,9	38,0	36,6	35,2	-226,0	-1,4
Херсонська	897,8	61,0	40,2	38,0	36,1	34,3	33,0	29,8	-868,0	-3,2
Хмельницька	238,3	10,8	4,8	6,1	5,4	6,0	5,9	5,8	-232,5	-0,1
Черкаська	226,3	8,8	7,0	8,1	9,0	8,9	8,2	7,2	-219,1	-1,0
Чернівецька	138,2	47,0	39,7	40,3	41,1	41,3	35,8	33,8	-104,4	-2,0
Чернігівська	172,5	8,6	7,3	8,8	9,1	9,3	9,2	9,3	-163,2	0,1

\*Дані наведено без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим та м. Севастополя; за 2014-2016 рр. – також без урахування частини зони проведення антитерористичної операції.

Джерело: власні дослідження автора за даними [127].

Найменша кількість овець тис. голів спостерігається у Тернопільській (1,7), Рівненській (5,2), Хмельницькій (5,8), Черкаській (7,2) областях. Якщо

порівнювати з 1996 по 2016 рік, то значне скорочення поголів'я овець (тис. голів) спостерігалось у Херсонській (868,0), Запорізькій (693,7), Одеській (493,7), Дніпропетровській (408,7), Миколаївській (357,7), Полтавській (336,9), Кіровоградській (314,5) областях.

Загалом по Україні з 1991 по 2016 рік поголів'я овець у всіх категоріях господарств зменшилось в 11 разів.

На скорочення поголів'я овець істотно вплинула низька результативність діяльності сільськогосподарських підприємств (рис. 2.2). Тому що за останні 25 років поголів'я овець у сільськогосподарських підприємствах (за період 1991 по 2016 рік) зменшилося у 40 разів (додаток А). Якщо 1991 року поголів'я овець у всіх категоріях господарств складало 90,7 %, то вже 2016 року її частка склала 24,3 %.

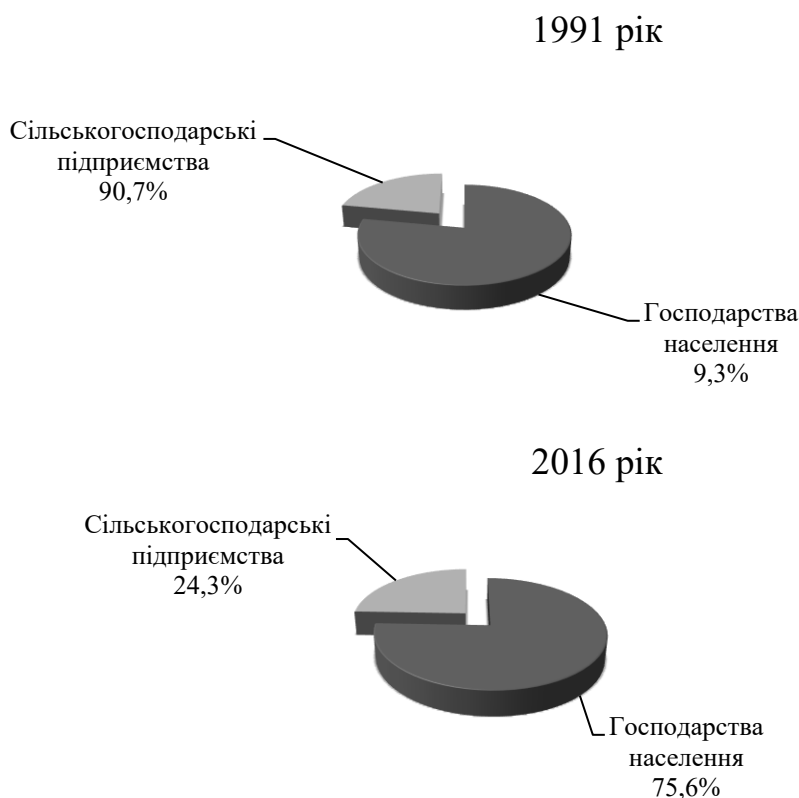


Рис. 2.2. Частка поголів'я овець в господарствах населення та сільськогосподарських підприємствах

Джерело: власні дослідження автора за даними [127].

Динаміка поголів'я овець у господарствах населення станом на 2016 рік переважає сільськогосподарські підприємства за продуктивністю у 3 рази. Про це свідчать дані додатку Б, де лише в Одеській області поголів'я овець (231,7 тис. голів) більше, ніж всього разом по сільськогосподарських підприємствах (181,4 тис. гол.).

Розглядаючи рис. 2.2, спостерігаємо позитивну тенденцію зростання частки поголів'я овець у господарствах населення, яка 2016 році становила 75,6 %, а 1991 року – склала 9,3 %.

На основі розробленої карти покажемо наявність поголів'я овець тис. гол. у всіх категоріях господарств в Україні (рис. 2.3).



Рис. 2.3. Наявність поголів'я овець у всіх категоріях господарств в Україні станом на 2016 рік, тис. голів

Джерело: власні дослідження.

У досліджувану шкалу від 0 до 10 входить 11 областей: Тернопільська (1,7), Рівненська (5,2), Хмельницька (5,8), Черкаська (7,2), Вінницька (8,5), Волинська (8,6), Київська (8,6), Львівська (8,6), Житомирська (9,2), Івано-



Франківська (9,2) і Чернігівська (9,3); від 10 до 20 входить 4 області: Кіровоградська (12,5), Сумська (14,4), Луганська (15,0) і Полтавська (16,8); від 20 до 40 входить 7 областей: Дніпропетровська (25,9), Донецька (27,9), Херсонська (29,8), Запорізька (31,4), Миколаївська (32,6), Чернівецька (33,8) і Харківська (35,2); від 40 і більше входять лише 2 області: Закарпатська (110,7) і Одеська (276,0).

Аналіз даних структури поголів'я овець в Україні у всіх категоріях господарств (табл. 2.2) свідчить про зменшення поголів'я овець у сільськогосподарських підприємствах за період 1991 – 2016 рр. на 66 %, а в господарствах населення спостерігається збільшення поголів'я (з 9,3 % до 75,6 %).

Таблиця 2.2

### Структура поголів'я овець в Україні у всіх категоріях господарств

Категорії господарств	Роки										Відхилення (+, -), %	
	1991		2001		2011		2015		2016		від 2016р. до 1991р.	від 2016р. до 2015р.
	тис. голів	%	тис. голів	%	тис. голів	%	тис. голів	%	тис. голів	%		
Сільськогосподарські підприємства	7164,1	90,7	412,4	42,8	294,9	26,8	200,8	25,6	181,4	24,4	-66,3	-1,2
Господарства населення	732,1	9,3	550,7	57,2	805,6	73,2	585,0	74,4	562,5	75,6	66,3	1,2
Усі категорії господарств	7896,2	100	963,1	100	1100,5	100	785,8	100	743,9	100	x	x

Джерело: власні дослідження автора за даними [127].

Дані, наведені у таблиці 2.3, свідчать про те, що за період 1991 – 2016 рр. кількість вівцематок і ярок у сільськогосподарських підприємствах значно зменшилася (на 2711,9) тис. голів) і зараз їх чисельність становить 99,5 тис. голів; у господарствах населення спостерігається незначне зменшення (на 42,4 тис. голів), їх кількість становить 496,7 тис. голів. 1991 року чисельність вівцематок і ярок у сільськогосподарських підприємствах у 6 разів було більше, ніж у господарствах населення, але за 25 років ця тенденція різко змінилася, і вже 2016 року із-за значного скорочення поголів'я овець у

сільськогосподарських підприємствах господарства населення при мінімальній втраті поголів'я овець переважають в 2 рази.

Таблиця 2.3

**Розподіл овець за статеві-віковими групами у всіх категоріях господарств,  
тис. голів**

Показники	Роки					Відхилення (+, -)	
	1991	2001	2011	2015	2016	2016 р. до 1991 р.	2016 р. до 2015 р.
<b>Сільськогосподарські підприємства</b>							
Вівці:	7164,1	412,4	294,9	200,8	181,4	-6982,7	-19,4
з них вівцематки і ярки	2811,4	242,7	185,3	110,7	99,5	-2711,9	-11,2
<b>Господарства населення</b>							
Вівці:	732,1	550,7	805,6	585,0	562,5	-169,6	-22,5
з них вівцематки і ярки	439,6	350,8	607,0	413,9	397,2	-42,4	-16,7
<b>Господарства усіх категорій</b>							
Вівці:	7896,2	963,1	1100,5	785,8	743,9	-7152,3	-41,9
з них вівцематки і ярки	3251,0	593,5	792,3	524,6	496,7	-2754,3	-27,9

Джерело: власні дослідження автора за даними [127].

Показники чисельності поголів'я овець за природно-кліматичними зонами у всіх категоріях господарств (табл. 2.4), вказують на те, що найбільше їх станом на 2016 рік було зосереджено у Степу (451,1 тис. голів), хоча їх

Таблиця 2.4

**Поголів'я овець за природно-кліматичними зонами у всіх категоріях господарств, тис. голів**

Зони	Роки								Відношення, %
	1991	2001	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2016 р. до 1991 р.
<b>Степ</b>	4007,7	543,1	538,9	541,7	530,7	532,7	484,8	451,1	11,3
<b>Лісостеп</b>	1982,4	136,1	133,0	138,8	142,8	144,4	135,6	132,0	6,7
<b>Полісся та Карпати</b>	886,5	136,7	143,8	152,7	180,4	182,3	165,4	160,8	18,1

Джерело: власні дослідження автора за даними [126].

чисельність за останні 25 років зменшилась на 88,7 %. На Поліссі та в Карпатах поголів'я овець скоротилося на 81,9 %, і складає 160,8 тис. голів. Найменше овець знаходиться у зоні Лісостепу 132,0 тис. голів (на 93,3 %).

Світове вівчарство також зазнало змін. За останні 16 років чисельність поголів'я овець за даними продовольчої і сільськогосподарської організації ООН (ФАО) в усьому світі збільшилась на 10,7 % (табл. 2.5).

Таблиця 2.5

**Поголів'я овець в різних країнах станом на 2016 рік, млн. голів**

Країни	Роки									Відношення, %
	2000	2002	2004	2006	2008	2010	2012	2015	2016	2016 р. до 2000 р.
Китай	131,1	130,6	143,4	151,3	142,3	134,0	139,6	158,5	162,1	123,6
Австралія	118,6	106,2	101,3	91,0	76,9	68,1	74,7	70,9	67,5	56,9
Іран (ісламська республіка)	53,9	51,7	52,1	52,3	50,0	47,6	46,2	44,7	42,5	78,8
Великобританія	42,3	35,8	35,9	34,7	33,1	33,1	32,2	33,3	33,9	80,1
Туреччина	30,3	27,0	25,4	25,3	25,5	21,8	25,0	31,1	31,5	104,0
Монголія	15,2	11,9	10,8	14,8	18,4	14,5	18,1	24,9	27,9	183,6
Нова Зеландія	42,3	39,8	39,3	40,1	34,1	32,6	31,3	29,1	27,6	65,2
Бразилія	14,8	14,3	15,1	16,0	16,6	17,4	16,8	18,4	18,4	124,3
Аргентина	13,6	12,4	15,2	15,8	16,0	15,0	14,7	14,9	14,9	109,6
Греція	9,0	9,1	9,0	8,8	8,9	8,9	8,9	8,5	8,4	93,3
<b>Україна</b>	1,1	1,0	0,9	0,9	1,0	1,2	1,1	0,8	0,7	63,6
<b>Світ</b>	1060,3	1028,9	1065,0	1099,0	1094,2	1074,7	1112,1	1160,3	1173,4	110,7

Джерело: власні дослідження за статистичними даними ФАО [128].

Серед країн з розвинутим вівчарством за період 2000 – 2016 рр. істотного скорочення поголів'я овець зазнали Австралія – на 43,1 %; Нова Зеландія – 34,8; Іран (ісламська республіка) – 21,2; Великобританія – 19,9; Греція – 6,7 %.

Слід також зазначити, що за період 2000 – 2016 рр. спостерігається тенденція щодо нарощування поголів'я овець в Китаї (на 23,6 %; 31,0 млн. голів); Туреччині – (4,0 %; 1,2 млн. голів); Монголії – (83,6 %; 12,7 млн. голів); Бразилії – (24,3 %; 3,6 млн. голів); Аргентині – (9,6 %; 1,3млн. голів).

З рис. 2.4 чітко видно, що лідером у світі по поголів'ю овець є Китай, частка якого складає 13,8 %, а далі Австралія (5,8 %), Іран (ісламська республіка) (3,6 %), Великобританія (2,9 %) і Туреччина (2,7 %).

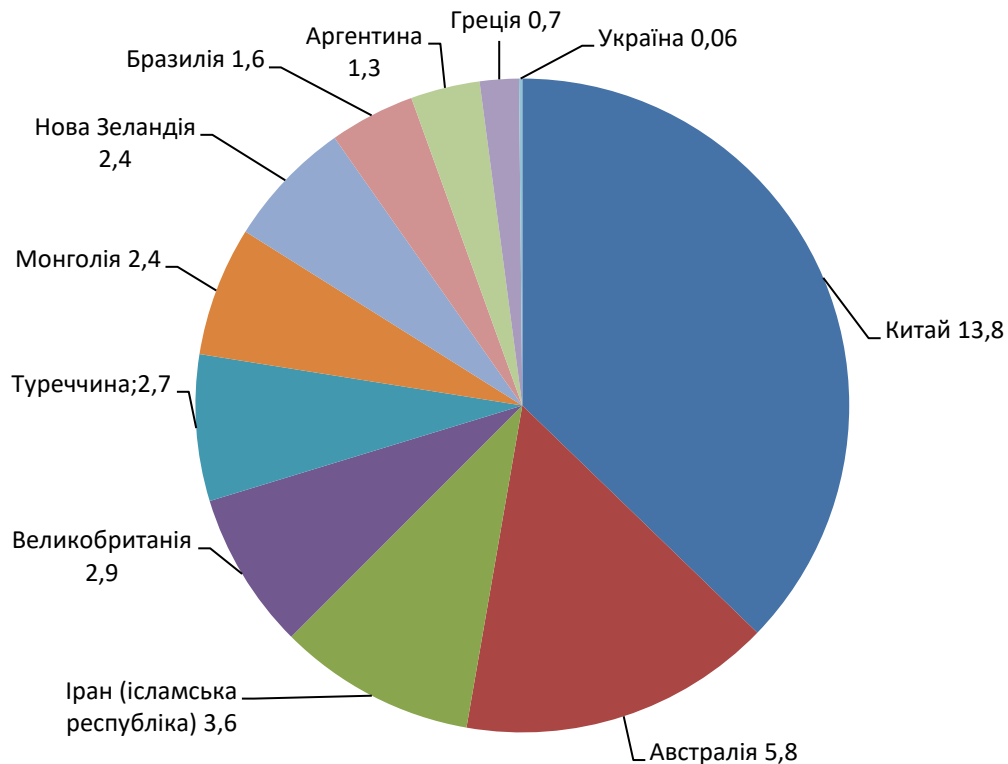


Рис.2.4. Частка поголів'я овець України у світі, %

Джерело: власні дослідження за статистичними даними ФАО [128].

Існує економічна необхідність і біологічна можливість розвитку овець не тільки специфічних (вовнової, смушкової, овчинної), а й загальних видів продуктивності сільськогосподарських тварин (м'ясної та молочної). Численні ознаки м'ясної продуктивності овець поділяють на дві групи: зажиттєві й післязабійні.

Зажиттєві ознаки: будова тіла (широкотілий, вузькотілий і проміжний тип), жива маса (30–170 кг), середньодобові прирости (100–150 до 400–500 г), скороспілість (висока, середня, низька), витрати корму на 1 кг приросту (від 4–6 до 15–17 к. од.), вгодованість (вища, середня, нижче середньої).

Післязабійні ознаки: забійна маса (10–80 кг), забійний вихід (35–55 %), частини туші (частка шиї, лопаток, грудей, пахвини, спини, попереку, крижів, стегон), тканина туші (частка кісток, м'язів, жиру), коефіцієнт м'ясності (3–7), співвідношення м'язи : жир (від 1:0,3 до 1:2 – 2,5), якість м'яса (смак, колір, вологість, ніжність, мрамуровість), якість жиру (смак, колір, консистенція),

хімічний склад баранини (вода – 60-70 %, білок – 15-20, жир – 17-24, мінеральні речовини – майже 1 %), енергетична цінність 1 кг баранини (10–12 МДж, або 2500–3000 ккал).

Особливості баранини: специфічний приємний смак дичини й неперевершеного делікатесу (ягнятина і м'ясо молодняку до 1,5-річного віку); містить у 2-3 рази менше холестерину, ніж свинина та яловичина; багате джерело незамінних амінокислот, кальцію, фосфору, заліза, мікроелементів, вітамінів групи В, бажаних ароматичних та стимулюючих речовин. Проте в жодного виду сільськогосподарських тварин, крім овець, немає такої великої відмінності між особливостями м'яса дорослих тварин і молодняку.

М'ясо дорослих овець часто набуває неприємного запаху (гірсинова кислота), який посилюється в разі повторного підігрівання страв. Жир має високу точку топлення і застигання (40–47 °C), що також негативно впливає на якість м'ясних страв у міру зниження їх температури. Тому баранину споживають гарячою з додаванням значної кількості ароматичних та гострих спецій.

У виробничих умовах бажано підвищувати скороспілість овець і тварин на м'ясо реалізовувати в молодому віці. За таких умов витрати кормів на 1 кг приросту зменшуються (4–6 к. од.), а якість м'ясної продукції значно поліпшується (приємний запах і смак, температура топлення жиру становить 32–37 °C, як у птиці). Ягнятина й молода баранина є цінним продуктом харчування і користуються попитом на внутрішньому та світовому ринках [107, с. 297].

Залежно від віку тварини, м'ясо овець прийнято розділяти на такі категорії ягнятина, м'ясо молодого баранчика і баранина. Ягнятина – це м'ясо маленьких баранчиків, убитих у віці від декількох днів до восьми тижнів. Саме протягом цього періоду ягнят теоретично годують тільки молоком матері. Молочна ягнятина є сезонним продуктом. Свіжою її можна купити лише в кінці зими – на початку весни, оскільки ягнята, як правило, народжуються на початку зими. М'ясо таких тварин найбільш м'яке, пісне і ніжне. М'ясо ягнят, які

починають вживати тверді корми (приблизно з 2-3 місяців життя до 1 року), називають м'ясом молодого баранчика, а після року – бараниною. Баранина вважається м'ясом більш щільним, але в той же час вона може бути жорстким [111]. М'ясо баранини, незважаючи на свій специфічний смак, належить до одних із найважливіших дієтичних і цінних продуктів харчування, є джерелом повноцінних білків, жирів, мінеральних речовин та насичене великою кількістю корисних вітамінів.

З таблиці 2.6 видно, що за 6 років виробництво баранини та козлятини

*Таблиця 2.6*

**Виробництво баранини та козлятини по регіонах України в  
господарствах усіх категорій у забійній масі, тис. т**

Області	Роки							Відношення, %
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2016р. до 2010 р.
<b>Україна</b>	<b>13,8</b>	<b>14,1</b>	<b>14,4</b>	<b>14,4</b>	<b>14,4</b>	<b>13,7</b>	<b>13,4</b>	<b>97,1</b>
Вінницька	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,1	<b>50,0</b>
Волинська	0,2	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	<b>50,0</b>
Дніпропетровська	0,5	0,5	0,5	0,7	0,7	0,7	0,4	<b>80,0</b>
Донецька	0,9	0,9	0,9	0,8	0,6	0,7	0,5	<b>55,6</b>
Житомирська	0,4	0,4	0,5	0,5	0,5	0,3	0,3	<b>75,0</b>
Закарпатська	3,0	3,2	3,4	3,4	2,9	2,7	2,7	<b>90,0</b>
Запорізька	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,6	0,6	<b>120,0</b>
Івано-Франківська	0,3	0,3	0,3	0,4	0,4	0,4	0,4	<b>133,3</b>
Київська	0,1	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	<b>200,0</b>
Кіровоградська	0,4	0,3	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	<b>100,0</b>
Луганська	0,7	0,6	0,6	0,5	0,5	0,3	0,9	<b>128,6</b>
Львівська	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	<b>100,0</b>
Миколаївська	0,4	0,3	0,3	0,2	0,3	0,4	0,5	<b>125,0</b>
Одеська	2,7	2,7	2,8	2,7	3,0	3,0	2,8	<b>103,7</b>
Полтавська	0,2	0,3	0,2	0,2	0,3	0,3	0,3	<b>150,0</b>
Рівненська	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,2	0,1	<b>100,0</b>
Сумська	0,5	0,4	0,4	0,4	0,4	0,3	0,3	<b>60,0</b>
Тернопільська	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,2	<b>200,0</b>
Харківська	0,4	0,8	0,7	0,8	0,8	0,7	0,6	<b>150,0</b>
Херсонська	0,7	0,6	0,6	0,6	0,6	0,5	0,5	<b>71,4</b>
Хмельницька	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	<b>100,0</b>
Черкаська	0,5	0,5	0,5	0,5	0,6	0,4	0,3	<b>60,0</b>
Чернівецька	0,4	0,5	0,4	0,4	0,5	0,5	0,6	<b>150,0</b>
Чернігівська	0,2	0,2	0,3	0,3	0,3	0,3	0,2	<b>100,0</b>

Джерело: власні дослідження автора за даними [127].

даних в господарствах усіх категорій у забійній масі зменшилось на 2,9 %.

Найбільше виробництво баранини та козлятини спостерігається у Закарпатській (2,7 тис. т) та Одеській (2,8 тис. т) областях.

Виробництво баранини в Україні зображено на рис. 2.5, звідки видно, що за період 2000 – 2016 років м'ясо баранини зменшилось на 0,7 тис. т. Така негативна тенденція проявляється в тому, що в багатьох областях сільськогосподарські підприємства взагалі не зацікавлені у виробництві баранини та козлятини.

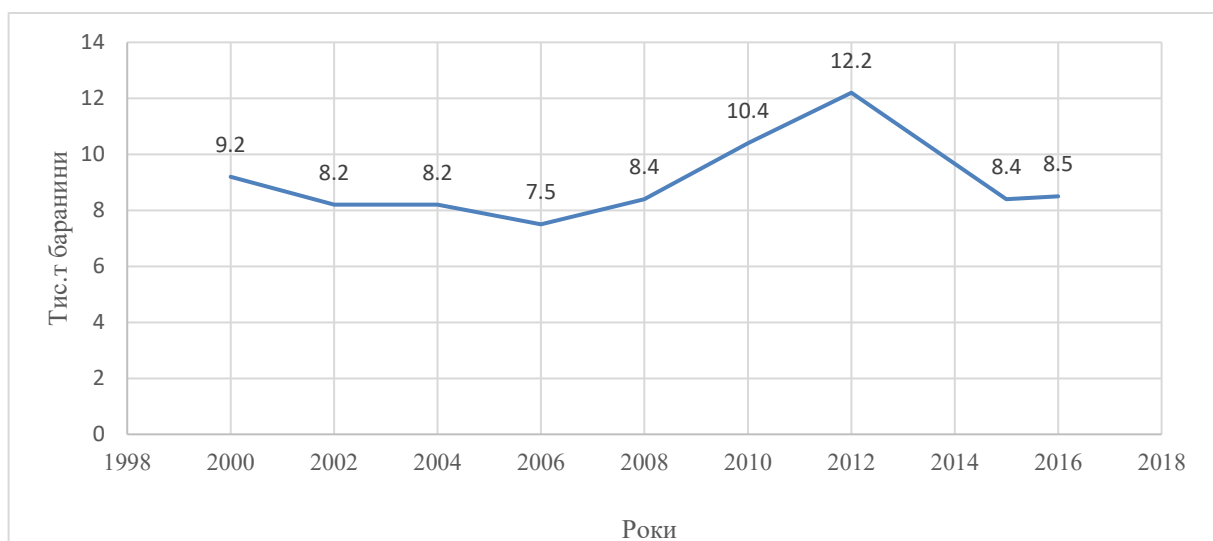


Рис. 2.5. Виробництво м'яса баранини в Україні станом на 2016 рік, тис. т

Джерело: власні дослідження за статистичними даними ФАО [128].

Як бачимо наведених статистичних даних у додатку В, виробництво баранини та козлятини у забійній масі зосереджено в господарствах населення, виробляється у всіх регіонах України, але найбільше припадає на Закарпатську (2,7 тис. т) і Одеську (2,6 тис. т) області.

Аналіз даних сучасного стану виробництва баранини у провідних країнах світу (табл. 2.7) свідчить про те, що Китай збільшив своє виробництво на 59,0 %, Туреччина – 10,2; Алжир – 65,4; Індія – 6,2; ПАР – 76,9; Марокко – 28,7; Монголія – 29,1 та Саудівська Аравія – на 38,3 %.

Таблиця 2.7

**Виробництво баранини в Україні та провідних країнах світу, тис. т**

Країни	Роки									Відношення, %
	2000	2002	2004	2006	2008	2010	2012	2015	2016	2016 р. до 2000 р.
Китай	1478,0	1675,0	1764,0	1938,0	1978,0	2070,0	2045,0	2248,2	2350,0	159,0
Австралія	680,0	644,0	561,0	625,6	659,5	555,2	554,4	721,1	678,8	99,8
Нова Зеландія	538,3	518,3	517,1	542,8	597,5	474,1	456,3	487,2	480,6	89,3
Туреччина	321,0	286,0	273,0	272,0	278,0	240,0	272,0	352,0	353,9	110,2
Іран (ісламська республіка)	326,2	345,0	311,9	318,3	252,7	271,3	274,6	291,5	310,7	95,2
Великобританія	383,0	307,0	312,0	333,5	331,6	286,8	275,0	302,0	290,0	75,7
Алжир	164,1	164,9	172,3	185,0	178,5	204,9	261,2	271,7	271,4	165,4
Індія	220,8	225,6	237,6	255,5	261,6	252,0	242,0	231,8	234,4	106,2
ПАР	102,3	105,0	138,9	136,1	163,7	156,4	156,2	179,1	181,0	176,9
Марокко	125,0	110,0	105,0	120,0	121,0	139,0	147,6	157,0	160,9	128,7
Монголія	90,0	74,9	65,1	55,4	72,3	77,4	67,2	134,5	116,2	129,1
Іспанія	232,3	237,1	231,5	214,2	157,0	131,2	122,0	115,9	106,0	45,6
Саудівська Аравія	76,0	74,0	78,0	79,2	70,0	78,0	98,0	112,4	105,1	138,3
<b>Україна</b>	9,2	8,2	8,2	7,5	8,4	10,4	12,2	8,4	8,5	92,4
<b>Світ</b>	7833,2	7801,5	7938,0	8374,6	8522,1	8423,9	8597,2	9260,9	9310,5	118,9

Джерело: власні дослідження за статистичними даними ФАО [128].

Незначне зменшення виробництва баранини спостерігається в Австралії – (0,2 %) та в Ірані (ісламській республіці) – (4,8 %). Найбільшого зменшення зазнала Іспанія – (54,4 %), Великобританія – (24,3 %), Нова Зеландія – (10,7 %) та Україна – (7,6 %). Але загалом, якщо порівнювати світові показники, то виробництво баранини збільшилось на 18,9 %.

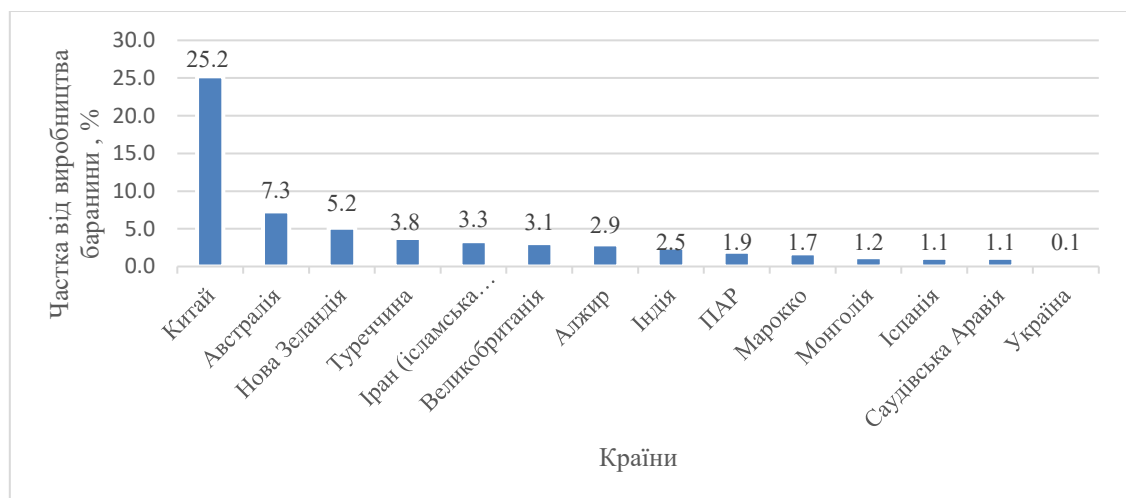


Рис. 2.6. Частка від світового виробництва м'яса баранини України станом на 2016 рік, %

Джерело: власні дослідження за статистичними даними ФАО [128].



З даних рисунка 2.6 чітко видно, що на Китай припадає 25,2 % світового виробництва м'яса баранини. Це є рекордним показником між досліджуваними країнами, а частка України складає лише 0,1 %.

Щоб дізнатись про поживність м'яса, потрібно визначити його хімічний склад та енергетичну цінність (табл. 2.8).

Таблиця 2.8

**Хімічний склад і енергетична поживність м'яса основних видів  
сільськогосподарських тварин**

Показники		Види м'яса			
		баранина	свинина	яловичина	птиця
Хімічний склад м'яса, %	вода	48,0 – 65,0	49,0 – 58,0	55 – 69,0	48,9 – 68,4
	жир	16,0 – 35,0	25,0 – 37,0	11,0 – 28,0	8,2 – 38,1
	білок	12,8 – 18,6	13,5 – 16,4	16,2 – 19,5	12,2 – 22,5
Енергетична цінність, кДж		920-1590	1250-1630	750-1340	176 – 369

Джерело: досліджено і адаптовано на основі [108, с. 298].

Як свідчать дані таблиці 2.8, баранина поступається яловичині за вмістом білка, але переважає за вмістом жиру й енергетичною цінністю. Свинина, порівняно з бараниною, містить більше жиру, але дещо поступається перед нею за вмістом білка. Птиця переважає за усіма наведеними показниками, але значно відстає від баранини по енергетичній цінності.

Але, незважаючи на те, що близько однієї третини жиру баранини складають насичені жири, вона може бути суттєвим джерелом жирів омега-3. М'ясо баранини також містить велику кількість мононенасичених жирів (40 % жиру). Обрізна пісна баранина, отримана від овець, які вирощені на пасовищі, має оптимальне співвідношення жирних кислот омега-6 та омега-3 в діапазоні 5:1. Це співвідношення попадає в ідеальний діапазон для зниження ризику серцево-судинних захворювань [100].

І. М. Скурухін 1987 року дослідив та визначив, що внаслідок особливостей кількісного співвідношення м'яких тканин баранина має певні

відмінності у складі незамінних і замінних амінокислот порівняно з яловичиною та свининою (табл. 2.9).

Таблиця 2.9

**Масова частка амінокислот в основних видах м'яса**

Амінокислоти	Вміст, мг на 100 г		
	баранина	свинина	яловичина
<b>Незамінні у тому числі:</b>	5778	5619	7131
валін	820	831	1035
ізолейцин	754	708	782
лейцин	1116	1074	1478
лізин	1235	1239	1589
метіонін	356	342	445
треонін	688	654	803
триптофан	198	191	210
фенілаланін	611	580	796
<b>Замінні у тому числі:</b>	9682	8602	11 292
аланін	1021	773	1086
аргінін	993	879	1046
аспарагінова	1442	1322	1771
гістидин	480	575	710
гліцин	865	695	937
глутамінова	2459	2224	3073
оксипролін	295	170	290
пролін	741	650	685
серин	657	611	780
тирозин	524	520	658
цистин	205	183	259
<b>Всього:</b>	<b>15 460</b>	<b>14 221</b>	<b>18 429</b>

Джерело: адаптовано на основі [110].

Як видно з таблиці 2.9, за амінокислотним складом (як за незамінними, так і замінними амінокислотами) м'ясо баранини переважає, лише свинину.

Якість баранини залежить від категорії вгодованості туш овець (таблиця 2.10).

Дані таблиці свідчать, у тушах першої категорії спостерігається більше жиру, в 2 рази менше води та висока енергетична цінність.

Таблиця 2.10

**Хімічний склад м'яса овець залежно від категорії вгодованості**

Показники	Вміст, %				Енергетична цінність, кДж
	води	білка	жиру	золи	
Перша категорія	52,9	15,3	31,0	0,8	<b>1470</b>
Друга категорія	67,6	16,3	15,3	0,8	<b>850</b>
Ягнятина	68,9	16,2	14,1	0,8	<b>803</b>

Джерело: адаптовано на основі [112, с. 73].

За термічною обробкою м'ясо ділять на:

1) остигле – після розробки туші остигало в природних умовах або в спеціальних камерах не менше 6 годин, покрите кіркою підсихання, м'язи пружні, температура м'язів в товщі біля кісток від 4 до 12 °С;

2) охолоджене – після розробки туші охолоджене до температури в товщі м'язів біля кісток від 0 до +4 °С, м'язи еластичні;

3) підморожене – після розробки туші заморожені в товщі м'язів біля кісток від -2 до -3 °С;

4) заморожене – після розробки туші заморожене до температури в товщі м'язів біля кісток не вище -8 °С.

Температуру в товщі м'язів (у стегні) вимірюють термометром опірності або термометром у металевій оправі. Для визначення температури відбирають тушу, яка характеризує середню масу туші у партії [113, с. 126]. Однією з важливих сировин у текстильній промисловості, що одержують від овець, і є основною продукцією у галузі, та становить приблизно 42% від усієї вартості продукції овець, і є незамінною сировиною для виробництва високоякісних різноманітних тканин є вовна. На жаль, на сьогоднішній день, вовна задовольняє потреби людини лише на 10–15 %.

Вовна – це тонкий, м'який, еластичний, пружний волосяний покрив, який отримують у процесі стрижки овець. Її використовують як сировину у

промисловості та матеріал для виготовлення якісних тканин, різного типу одягу, теплих шкарпеток, повсті, палантин, чунь, подушок, ковдр, килимків і т. д.

Виробництво овечої вовни усіх категорій господарств України істотно зменшилось, про що свідчать наведені дані у таблиці 2.11.

Таблиця 2.11

**Виробництво овечої вовни по регіонах України  
в господарствах усіх категорій, т**

Області	Роки							Відхилення, (+, -) 2016 р. від 2010 р.
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	
<b>Україна</b>	<b>2650</b>	<b>2584</b>	<b>2532</b>	<b>2496</b>	<b>2561</b>	<b>2233</b>	<b>2033</b>	<b>-617</b>
Вінницька	17	18	19	14	14	13	11	-6
Волинська	20	18	18	19	18	18	18	-2
Дніпропетровська	66	60	51	42	35	29	24	-42
Донецька	155	147	127	123	103	65	53	-102
Житомирська	12	14	16	13	12	14	14	2
Закарпатська	218	210	213	216	205	185	181	-37
Запорізька	64	64	64	71	75	75	75	11
Івано-Франківська	19	20	22	22	22	23	23	4
Київська	4	4	5	3	5	5	9	5
Кіровоградська	18	18	18	17	15	12	12	-6
Луганська	63	60	55	52	38	30	21	-42
Львівська	12	12	13	14	15	14	13	1
Миколаївська	102	95	97	101	124	123	124	22
Одеська	1382	1370	1359	1341	1437	1210	1076	-306
Полтавська	28	28	30	31	34	33	32	4
Рівненська	20	23	22	22	20	20	15	-5
Сумська	32	30	28	28	26	21	22	-10
Тернопільська	2	1	1	1	1	2	2	0
Харківська	59	60	56	54	54	56	46	-13
Херсонська	183	164	146	144	144	132	116	-67
Хмельницька	7	8	10	9	8	8	8	1
Черкаська	4	3	3	2	2	3	2	-2
Чернівецька	150	145	146	146	144	131	126	-24
Чернігівська	13	12	13	11	10	11	10	-617

Джерело: власні дослідження автора за даними [127].

Порівнюючи 2010 рік з 2016 (рис. 2.7), спостерігається зменшення частки виробництва вовни сільськогосподарськими підприємствами (з 22,0 % до 13,0 %).

Найбільше зменшення виробництва вовни станом на 2016 рік порівняно з 2010 роком спостерігається у сільськогосподарських підприємствах (на 318 т) або майже в 2 рази.

Але, незважаючи, на таку ситуацію, можна виділити по виробництву вовни такі області: Закарпатську (20 т), Запорізьку (17 т), Одеську (76 т), Херсонську (52 т), Дніпропетровську (14 т), Донецьку (10 т), Миколаївську (10 т) та Чернівецьку (10 т). Лише Тернопільська область, за останні 6 років взагалі не виробляла вовни (додаток Г). Виробництво вовни у господарствах населення істотно відрізняється від сільськогосподарських підприємств, тому що переважає за виробництвом станом на 2016 рік майже в 7 разів по Україні.

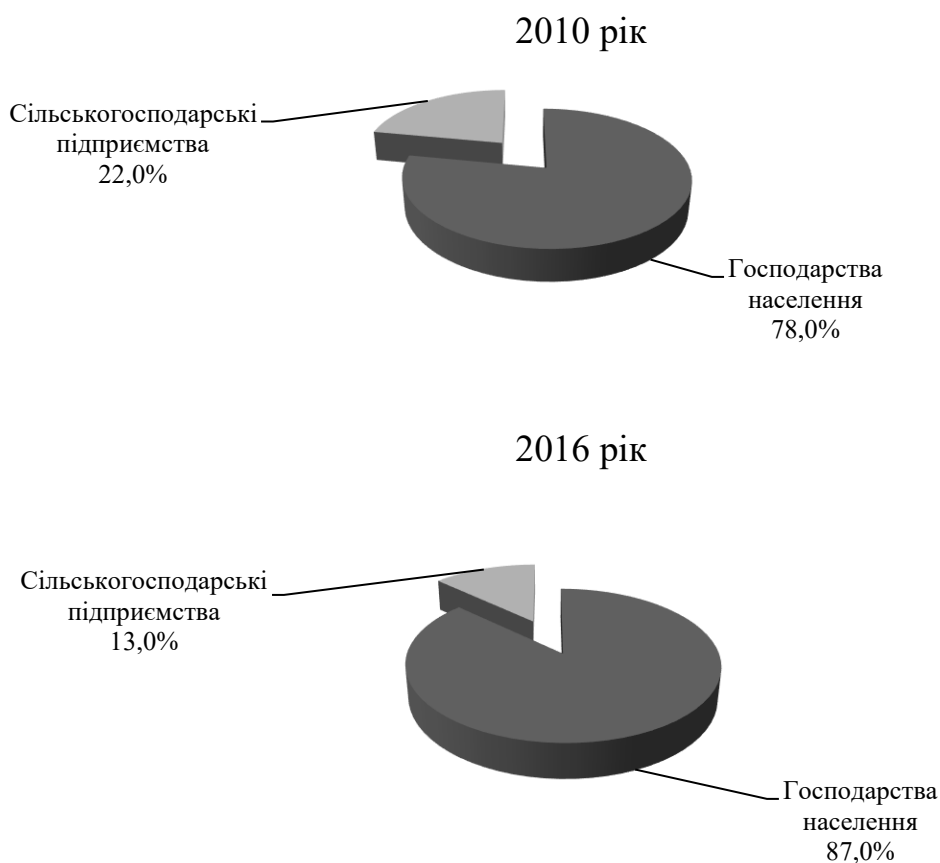


Рис. 2.7. Частка виробленої овечої вовни господарствами населення та сільськогосподарськими підприємствами

Джерело: власні дослідження автора за даними [127].

З рисунка 2.7 ми також спостерігаємо збільшення частки виробництва овечої вовни господарствами населення з 2010 року по 2016 рік, яка із 78,0 % зросла до 87,0 %. А загалом порівнюючи 2016 рік з 2010, виробництво вовни у господарствах населення зменшилося на 299 т. Найбільше виробництво вовни

спостерігається в Одеській – (1000 т), Закарпатській – (161 т), Чернівецькій – (116 т), Миколаївській – (114 т), Херсонській – (64 т), Запорізькій – (58 т) і Донецькій – (43 т) областях (додаток Г).

Слід також відзначити те, що протягом 6 досліджуваних років в Черкаській області овечої вовни не вироблялося взагалі (додаток В).

Під час визначення вартості та вивчення вовни розрізняють якісні і кількісні ознаки та механізм формування її властивостей. До якісних ознак належать: хімічні особливості вовни, гістологічна будова, фізичні, механічні, технологічні властивості, типи елементарних волокон, штапелі, косиці, жиропіт, домішки вовнового покриву, руно. Вони визначають її остаточне призначення, систему переробки та реалізаційну вартість. Кількісні ознаки вовнової продуктивності овець – це настриг немитої й митої вовни та їхні компоненти. Вовна належить до похідних шкіри, тому формування кількісних і якісних показників залежить від її вовноутворювальної функції. Остання ґрунтується на спадкових задатках та природно-господарських умовах використання овець [114, с. 86].

Середньорічний настриг овечої вовни є основним показником вовнової продуктивності овець (табл. 2.12).

*Таблиця 2.12*

**Середньорічний настриг вовни від однієї вівці, кг**

Категорії господарств	Роки						Відхилення (+, -)	
	1990	2000	2010	2014	2015	2016	від 2016 р. 1990 р.	від 2016 р. 2015 р.
<b>Сільськогосподарські підприємства</b>	3,4	3,0	3,4	3,0	2,9	2,8	<b>-0,6</b>	<b>-0,1</b>
<b>Господарства населення</b>	3,4	2,4	2,3	1,6	1,7	1,6	<b>-1,8</b>	<b>-0,1</b>
<b>Усі категорії господарств</b>	4,2	3,8	3,8	3,5	3,3	3,2	<b>-1,0</b>	<b>-0,1</b>

Джерело: власні дослідження автора за даними [127].

За 26 років настриг овечої вовни у сільськогосподарських підприємствах скоротився на 0,6 кг, господарствах населення – більше ніж у-двічі 1,8 кг, а в усіх категоріях господарств на 1,0 кг. Порівнюючи 2016 рік з 2015, видно,

зменшення настригу вовни у всіх категоріях підприємств (на 0,1 кг), що є негативним явищем в її виробництві.

Станом на 2016 рік по Україні (табл. 2.13) в середньому настрижено вовни на одну голову 2 кг. Найбільший показник спостерігається у Херсонській області 5 кг, а в Тернопільській та Львівській показники взагалі відсутні.

Таблиця 2.13

**Настрижено вовни в середньому на одну голову по Україні, кг**

Області	Роки							Відхилення (+, -)	
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2016р. від 2010р.	2016р. від 2015р.
<b>Україна</b>	3	3	3	3	3	2	2	-1	0
Вінницька	3	4	3	2	2	2	1	-2	-1
Волинська	2	6	1	4	1	6	2	0	-4
Дніпропетровська	4	3	3	3	2	2	2	-2	0
Донецька	4	5	3	3	2	1	1	-3	0
Житомирська	1	2	3	2	1	1	2	1	1
Закарпатська	3	4	3	2	4	3	3	0	0
Запорізька	5	4	3	3	3	1	1	-4	0
Івано-Франківська	3	10	2	2	3	6	3	0	-3
Київська	-	-	1	-	-	-	1	-	-
Кіровоградська	3	2	2	2	1	1	1	-2	0
Луганська	3	2	2	2	1	2	1	-2	-1
Львівська	3	-	-	-	-	-	-	-	-
Миколаївська	2	3	2	3	2	2	2	0	0
Одеська	3	3	3	3	3	3	2	-1	-1
Полтавська	3	2	2	2	2	1	1	-2	0
Рівненська	1	6	-	1	1	1	1	0	0
Сумська	2	2	1	2	11	2	2	0	0
Тернопільська	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Харківська	2	2	3	2	2	3	1	-1	-2
Херсонська	6	5	4	5	5	5	5	-1	0
Хмельницька	1	1	2	2	1	1	2	1	1
Черкаська	1	1	1	-	1	1	-	-	-
Чернівецька	1	3	-	-	-	-	1	0	-
Чернігівська	1	1	1	1	1	1	1	0	0

Джерело: власні дослідження автора за даними [127].

На сьогоднішній день в Україні найбільш відомим і доступним на продовольчому ринку є коров'яче або козяче молоко. Але, на нашу думку, на

увагу заслуговує і овече молоко, і продукти його переробки, адже овече молоко – один із найбільш повноцінних харчових продуктів, який з давніх часів вважається корисним та цілющим напоєм, що має лікувальні властивості. Овече молоко відрізняється відмінним смаком, поживністю і своїми корисними властивостями.

З овечого молока виготовляють переважно сири: кавказькі (тушинський, осетинський, єреванський тощо), качкавал (кримський сир), пікаріно, рокфор, бринзу. Крім сирів, готують з нього і різні молочнокислі продукти: сир, айран, каймак, мацоні тощо. Вершкове масло з овечого молока не виробляють, бо воно має специфічний присмак, занадто м'яку консистенцію і погано зберігається. Продукти з овечого молока характеризуються високою поживною цінністю і добре засвоюються [116].

Розвиток і ріст ягнят залежить від молочності вівцематок та хімічного складу молока (табл. 2.14, 2.15).

Дані таблиці 2.14 свідчать про найбільшу тривалість лактації у Грозненської та Цигайської порід (192 та 154 дні відповідно), а найменше Гіссарської породи 60 днів.

*Таблиця 2.14*

**Молочність вівцематок різних порід, кг**

Порода	Тривалість лактації, днів	Молочність за	
		лактацію	добу
Асканійська	124	143	1,15
Грозненська	192	125,8	0,65
Казахська тонкорунна	120	139 – 142	1,16 – 1,18
Романівська	100	127 – 142	1,27 – 1,42
Цигайська	154	124	0,80
Гіссарська	60	104 – 122	1,73 – 2,03

Джерело: адаптовано на основі [124].

Овече молоко поживніше, ніж коров'яче, козине, свині й кобили, що видно з наведених у таблиці 2.15 даних. У ньому більше сухих речовин, жиру, загального білка.



Таблиця 2.15

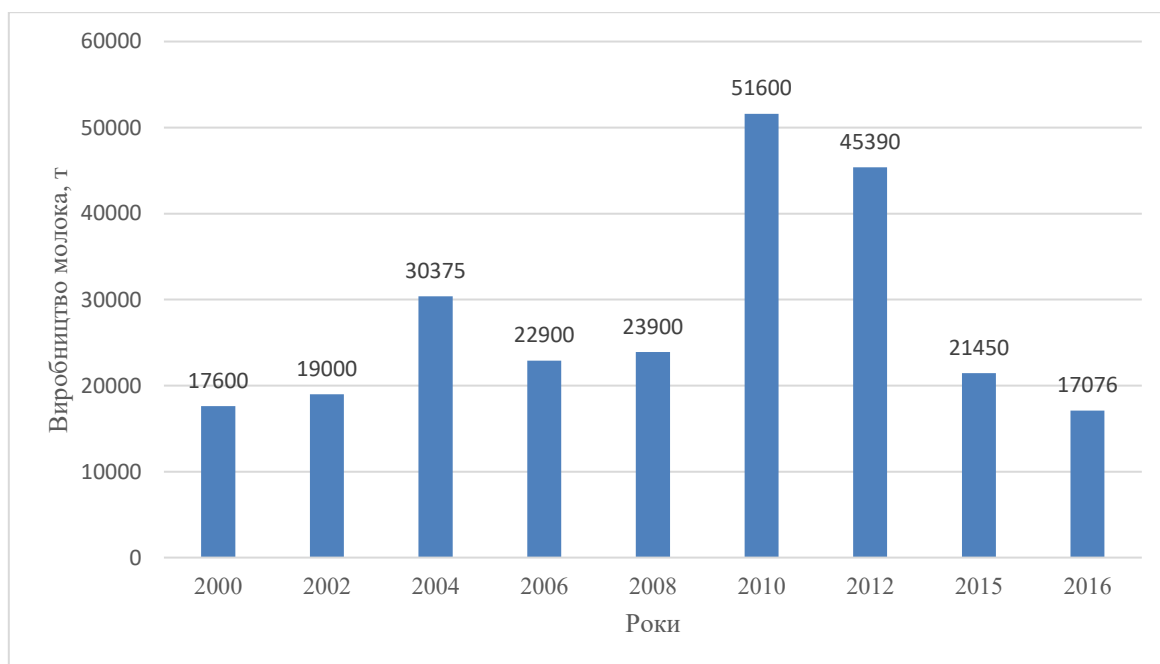
**Хімічний склад молока деяких сільськогосподарських тварин, %**

Види тварин	Вода	Суша речовина	У тому числі			
			білки	жири	молочний цукор	мінеральні речовини
Корова	87,5	12,5	3,3	3,8	4,7	0,7
Коза	87,0	13,0	3,5	4,1	4,6	0,8
<b>Вівця</b>	82,1	17,9	5,8	6,7	4,6	0,8
Свиня	84,0	16,0	4,6	7,3	3,1	1,0
Кобила	89,6	10,4	1,8	1,7	6,5	0,4

Джерело: адаптовано на основі [115, с. 128].

Виробництво овечого молока за період 2000 – 2016 рр. зменшилось на 3 %. Хоча якщо порівняти 2016 рік з 2004 р., то відбулося збільшення – (на 44 %), з 2010 р. (на 67 %), 2012 р. (на 63 %), 2015 р. (на 20 %). Але це збільшення було циклічним, і протягом останніх 16 років спостерігається тенденція спаду виробництва овечого молока в Україні (рис. 2.8).

Овече молоко приносить незначний дохід, але може окупити витрати на корми і вакцинацію овець та дрібні потреби господарства.



**Рис. 2.8. Виробництво овечого молока в Україні  
станом на 2016 рік, т**

Джерело: власні дослідження за статистичними даними ФАО [128].

На об'єм виробництва овечого молока впливає і кількість зайнятих областей. Адже, як видно в таблиці 2.16, у всіх категоріях господарств овече

Таблиця 2.16

**Виробництво овечого молока по регіонах України, тис. т**

Області	Роки							Відношення, %
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2016р. до 2010 р.
<b>Сільськогосподарські підприємства</b>								
<b>Україна</b>	<b>0,4</b>	<b>0,5</b>	<b>0,6</b>	<b>0,5</b>	<b>0,4</b>	<b>0,4</b>	<b>0,2</b>	<b>50,0</b>
Закарпатська	0,2	0,2	0,3	0,2	0,1	0,1	0,1	50,0
Одеська	0,1	0,2	0,1	0,1	0,1	0,1	-	х
Хмельницька	-	-	-	0,1	0,1	0,1	-	х
Чернівецька	0,1	0,1	0,2	0,1	0,1	0,1	0,1	100,0
<b>Господарства населення</b>								
<b>Україна</b>	<b>22,8</b>	<b>24,1</b>	<b>23,7</b>	<b>25,0</b>	<b>23,3</b>	<b>21,1</b>	<b>16,8</b>	<b>73,7</b>
Закарпатська	11,3	11,4	11,6	13,9	14,3	12,1	8,2	72,6
Одеська	8,6	9,9	9,1	8,2	4,8	5,1	4,7	54,7
Полтавська	-	-	-	-	1,0	0,9	0,9	х
Тернопільська	-	0,3	0,3	0,2	0,3	0,3	0,3	х
Чернівецька	2,9	2,5	2,7	2,7	2,9	2,7	2,7	93,1
<b>Усі категорії господарств</b>								
<b>Україна</b>	<b>23,2</b>	<b>24,6</b>	<b>24,3</b>	<b>25,5</b>	<b>23,7</b>	<b>21,5</b>	<b>17,0</b>	<b>73,3</b>
Закарпатська	11,5	11,6	11,9	14,1	14,4	12,2	8,3	72,2
Одеська	8,7	10,1	9,2	8,3	4,9	5,2	4,7	54,0
Полтавська	-	-	-	-	1,0	0,9	0,9	х
Тернопільська	-	0,3	0,3	0,2	0,3	0,3	0,3	х
Хмельницька	-	-	-	0,1	0,1	0,1	-	х
Чернівецька	3,0	2,6	2,9	2,8	3	2,8	2,8	93,3

Джерело: власні дослідження автора за даними [127].

молоко виробляють лише у 6 регіонах. Найбільшими виробниками овечого молока в Україні станом на 2016 рік традиційно є Закарпатська (8,3 тис. т), Одеська (4,7 тис. т) та Чернівецька (2,8 тис. т) області. В інших областях доїння овець не проводиться. Унаслідок цього населення недоотримує важливі цінні продукти харчування, а фермерські господарства – прибуток.

Загалом по Україні за період 2010 – 2016 рр. виробництво овечого молока зменшилося на 26,7 %. Найменше виробляють овечого молока в

сільськогосподарських підприємствах (за останні 6 років зменшилося на 50 %). Дивлячись на мізерні показники даної таблиці, спостерігаємо таку тенденцію, що через кілька років сільськогосподарські підприємства взагалі не будуть займатись виробництвом овечого молока.

Виробництво овечого молока у господарствах населення станом на 2016 рік у 84 рази переважає сільськогосподарські підприємства.

Це говорить про те, що виробництво овечого молока в основному зосереджено у господарствах населення. Дана категорія господарств за досліджуваний період 2010 – 2016 рр. також зазнала значних змін, внаслідок цього і відбулося зменшення виробництва на 26,3 %.

Основними виробниками овечого молока залишилися Закарпатська, Одеська та Чернівецька області. Позитивним явищем є те, що хоч малими темпами, але за останні 3 роки до них приєдналися Полтавська область, та за останні 5 років – Тернопільська область.

Протягом 2000 – 2016 років світове виробництво овечого молока виросло на 22,3 %. Лідерами-країнами, які збільшили об'єм виробництва овечого молока (табл. 2.17) є: Китай (1361,3 тис. т – на 60,7 %), Туреччина (929,4 тис. т – на 20,0 %), Румунія (196,8 тис. т – на 96,8 %), Іспанія (137,6 тис. т – на 37,6 %), Франція (119,2 тис. т – на 19,2 %), Алжир (282,8 тис. т – на 57,1 %), Індія (204,1 тис. т – на 4,4 %), Індонезія (171,3 тис. т – на 79,7 %), Єгипет (98,6 тис. т – на 6,0 %), Саудівська Аравія (94,4 тис. т – 19,5 %), Албанія (85,4 тис. т – 22,0 %) та Марокко (33,9 тис. т – 9,0 %).

Таблиця 2.17

**Виробництво молока у світі станом на 2016 рік, тис. т**

Країни	Роки									Відхилення, (+, -)
	2000	2002	2004	2006	2008	2010	2012	2015	2016	2016 р. від 2000 р.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Китай	847,0	1006,0	1077,6	1091,0	1096,0	1724,0	1207,4	1331,3	1361,3	514,3
Туреччина	774,4	657,4	771,7	794,7	746,9	816,8	1007,0	1177,2	929,4	155,0
Греція	743,2	748,7	744,7	753,5	759,9	772,6	778,0	803,7	711,6	-31,6
Румунія	320,8	344,9	451,0	650,8	656,8	651,3	650,9	670,6	631,4	310,6

Продовження табл. 2.17

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Іспанія	392,0	406,5	410,1	424,3	441,4	585,5	552,5	560,0	539,4	147,4
Італія	741,9	819,5	612,0	548,3	564,6	432,2	406,2	397,5	424,8	-317,1
Іран (ісламська республіка)	555,0	301,8	288,3	270,9	232,1	211,4	243,3	380,6	326,6	-228,4
Франція	245,8	248,6	258,6	267,8	244,2	259,2	270,7	271,1	292,9	47,1
Алжир	180,0	190,0	198,6	228,2	255,0	300,0	336,0	282,5	282,8	102,8
Індія	195,5	198,5	205,0	215,4	218,3	213,4	208,1	202,4	204,1	8,6
Афганістан	213,9	132,0	160,0	148,1	196,0	200,0	211,0	199,7	200,2	-13,7
Індонезія	95,3	97,4	101,5	109,9	113,5	119,9	121,4	164,4	171,3	76,0
Єгипет	93,0	93,0	93,0	93,0	94,5	96,0	97,0	96,4	98,6	5,6
Саудівська Аравія	79,0	82,0	92,0	93,0	81,0	80,6	68,0	97,8	94,4	15,4
Албанія	70,0	69,0	75,0	75,0	77,0	77,0	80,6	87,0	85,4	15,4
Болгарія	96,7	93,5	117,7	107,5	88,2	85,0	87,4	74,3	79,7	-17,0
Марокко	31,1	26,9	27,3	31,1	30,9	31,9	40,0	32,5	33,9	2,8
<b>Україна</b>	<b>17,6</b>	<b>19,0</b>	<b>30,4</b>	<b>22,9</b>	<b>23,9</b>	<b>51,6</b>	<b>45,4</b>	<b>21,5</b>	<b>17,1</b>	<b>-0,5</b>
<b>Світ</b>	<b>8474,7</b>	<b>8531,6</b>	<b>8949,0</b>	<b>9343,8</b>	<b>9290,3</b>	<b>9875,2</b>	<b>9915,2</b>	<b>10671,9</b>	<b>10367,0</b>	<b>1892,3</b>

Джерело: власні дослідження за статистичними даними ФАО [128].

Значного зменшення виробництва овечого молока (майже у 2 рази) зазнали: Італія (424,8 тис. т – на 42,7 %), Іран (ісламська республіка) (326,6 тис. т – на 41,2 %), а незначного – Греція (711,6 тис. т – 4,3 %), Афганістан (200,2 тис. т – 6,4 %), Болгарія (79,7 тис. т – 17,6 %) та Україна (17,1 тис. т – 2,8 %).

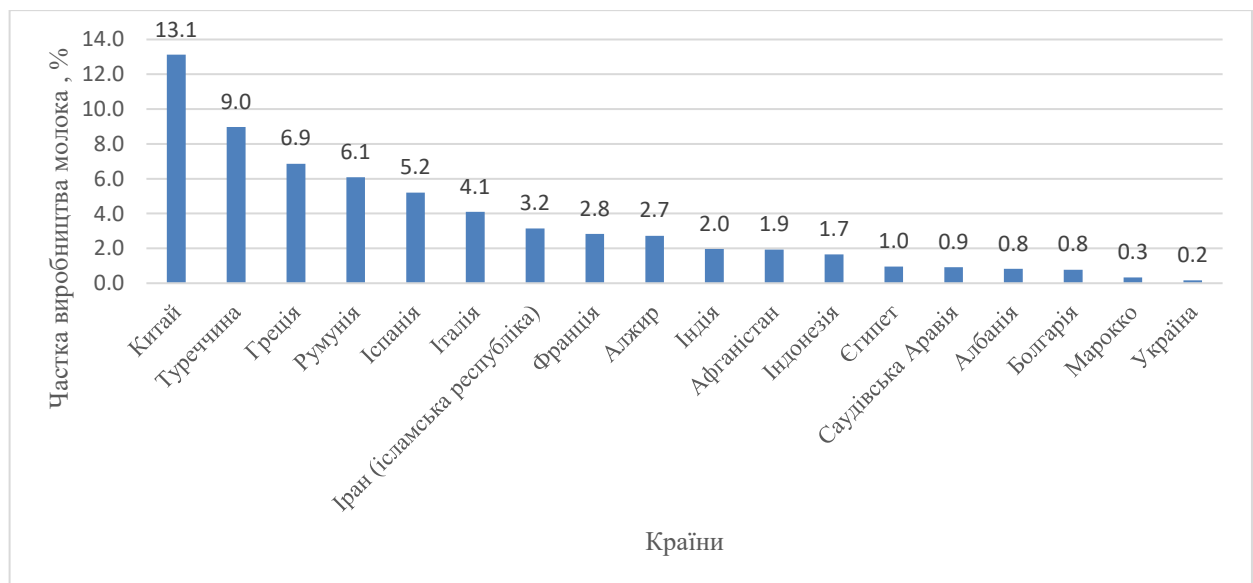


Рис. 2.9. Частка від світового виробництва овечого молока України станом на 2016 рік, %

Джерело: власні дослідження за статистичними даними ФАО [128].

Найбільша частка від світового виробництва овечого молока припадає на Китай – (13,1 %) та Туреччину – (9,0 %), а на Україну, один із найнижчих показників – (0,2 %). Про це наочно свідчать дані рисунку 2.9.

Виходячи з вищесказаного та проаналізованого, спостерігаємо, що продуктивність овець у сільськогосподарських підприємствах за період 2010 – 2016 рр. зазнала негативних змін (табл. 2.18).

Таблиця 2.18

**Середні показники продуктивності овець у сільськогосподарських підприємствах по Україні**

Показники	Роки							Відхилення (+, -)	
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2016р. до 2010р.	2016р. до 2015р.
<b>Середньорічне поголів'я, гол.</b>	172387	162638	154737	139269	112478	119221	118225	-54162	-996
<b>Середньодобовий приріст, г</b>	43	41	40	42	61	47	40	-3	-7
<b>Настрижено вовни в середньому на 1 гол., кг</b>	3	3	3	3	3	2	2	-1	0

Джерело: власні дослідження автора за даними [127].

Середньорічне поголів'я овець зменшилось з 172387 гол. до 118225 гол., тобто на 54162 гол. Середньодобовий приріст знизився з 43 г до 40 г.

Станом на 2016 рік в середньому на 1 голову настрижено 2 кг вовни. Порівняння 2016 р. з 2010 показує його зменшення на 1 кг.

Таблиця 2.19

**Середня вага голови вівці та кози проданої переробним підприємствам, кг**

Категорії господарств	Роки								Відхилення (+, -)	
	2000	2005	2010	2012	2013	2014	2015	2016	2016р. до 2000р.	2016р. до 2015р.
<b>Підприємства</b>	35	42	47	43	41	40	50	46	11	-4
<b>Господарства населення</b>	42	44	48	51	52	45	54	54	12	0
<b>Господарства усіх категорій</b>	40	44	47	45	44	41	50	46	6	-4

Джерело: власні дослідження за статистичними даними [129].

Одним із показників продуктивності є також середня жива вага голови овець та кіз при реалізації (табл. 2.19), яка за аналізований період у підприємствах збільшилась на 11 кг, у господарствах населення – на 12 кг, а загалом в усіх категоріях господарств – на 6 кг.

## **2.2. Оцінка становлення та функціонування ринку продукції вівчарства**

Подальший розвиток як на державному, так і на регіональному рівні, становлення та функціонування галузі вівчарства у сучасних ринкових умовах залежать, насамперед, від конкурентоспроможності і попиту продукції вівчарства на продовольчому ринку, кількості господарств і поголів'я овець, оптимального вирощування та відгодівлі тварин, їх продуктивності, окупності витрат, понесених при виробництві і найголовніше – це знаходження точки збуту, тобто, реалізації її на українських ринках та за кордон.

Головною продукцією вівчарства для продажу на продовольчому ринку України є м'ясо, вовна і молоко.

Основний дохід, який отримують фермерські господарства, залежить від реалізації м'яса баранини, продажу овець і ягнят. Баранина користується постійним попитом, тому реалізувати м'ясо можна як самостійно на ринках, або продаючи м'ясо у місцях громадського харчування.

Поголів'я овець також можна продавати оптом та поштучно.

За результатами реалізації овець на м'ясо в середньому по Україні за період 2010 – 2016 рр. (табл. 2.20), видно, що кількість продукції в живій масі зменшилась на 13517,0 ц, виробнича собівартість м'яса збільшилось на 314,1 тис. грн., повна собівартість продукції збільшилась на 3207,8 тис. грн.

Негативним явищем є те, що чистий дохід (виручка) склав -421,5 тис. грн. і прибуток (збиток) – -3629,3 тис. грн.

Таблиця 2.20

## Результати від реалізації овець на м'ясо в середньому по Україні

Показники	Роки							Відхилення (+, -)	
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2016р. від 2010р.	2016р. від 2015р.
Кількість продукції в живій масі, ц	28092,0	26439,0	28533,0	22786,0	18494,0	18497,0	14575,0	- 13517,0	-3922,0
Виробнича собівартість продукції, тис. грн.	38344,5	41104,2	46697,2	43920,1	46845,8	40531,0	40658,6	2314,1	127,6
Повна собівартість продукції, тис. грн.	43297,4	47157,0	53490,5	49360,3	50646,0	44285,1	46505,2	3207,8	2220,1
Чистий дохід (виручка), тис. грн.	30623,4	28659,2	32231,9	28228,0	24271,8	31287,4	30201,9	-421,5	-1085,5
Прибуток (збиток), тис. грн.	-12674,0	-18497,8	-21258,6	-21132,3	-26374,2	-12997,7	-16303,3	-3629,3	-3305,6
Рівень рентабельності (збитковості), %	-29,3	-39,2	-39,7	-42,8	-52,1	-29,4	-35,1	x	x

Джерело: власні дослідження автора за даними [127].

Оптимізація собівартості виробництва та реалізації продукції вівчарства – є основним економічним важелем ефективного ведення галузі (рис. 2.10).

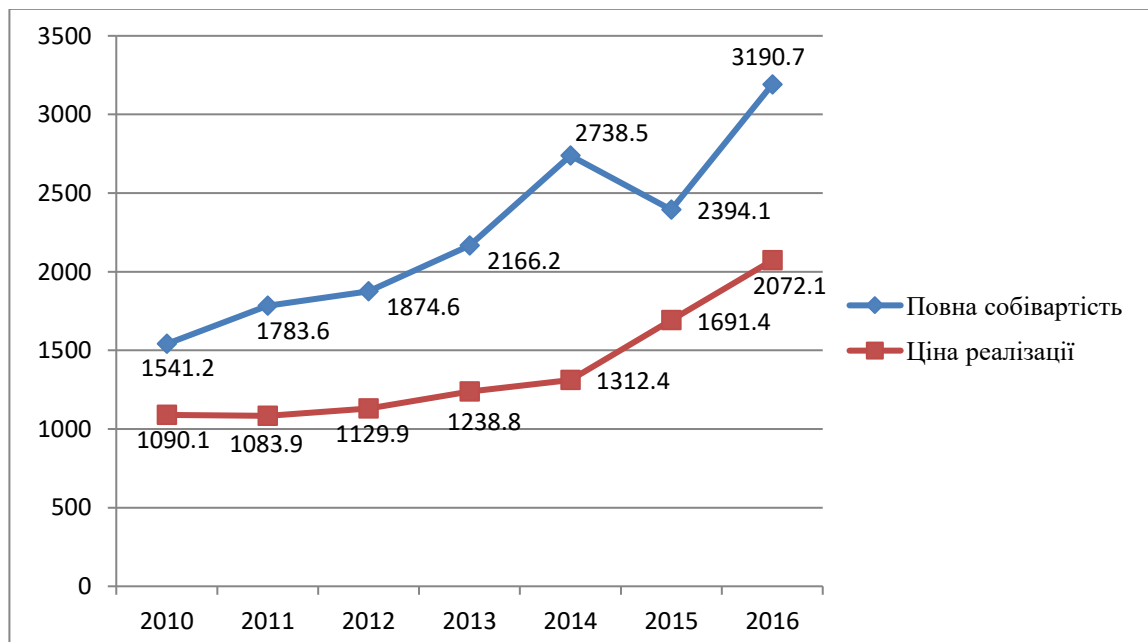


Рис. 2.10. Ціна реалізації 1 центнера овечого м'яса та повна її собівартість в Україні, грн.

Джерело: власні дослідження автора за даними [127].

На рис. 2.10, ціна реалізації 1 центнера овечого м'яса та її повна собівартість за період 2010 – 2016 рр. зросли майже у 2 рази.

Повна собівартість більша, ніж ціна реалізації і тому саме така ситуація призводить до збитковості фермерського господарства та впливає на рівень рентабельності реалізації овець на м'ясо (рис.2.11).

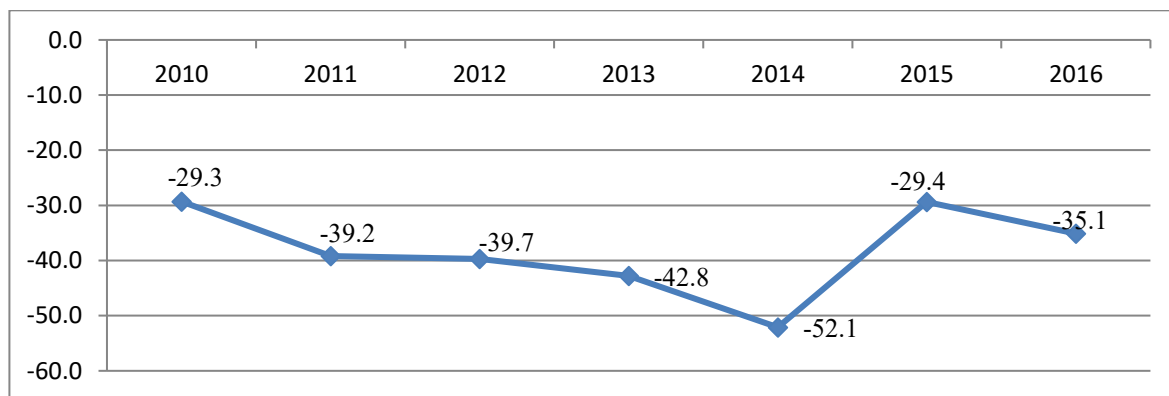


Рис. 2.11. Рівень рентабельності (збитковості) реалізації овець на м'ясо в середньому по Україні, %

Джерело: власні дослідження автора за даними [127].

Рівень рентабельності реалізації овець на м'ясо за період 2010 – 2016 рр. склав -35,1 %, тобто є збитковим. Найбільша збитковість спостерігається у 2013 -42,8 % та 2014 -52,1 % роках.

Також на реалізацію овець на м'ясо впливають кількість господарств та господарства, які отримали збитки. Як видно з рисунка 2.12, кількість

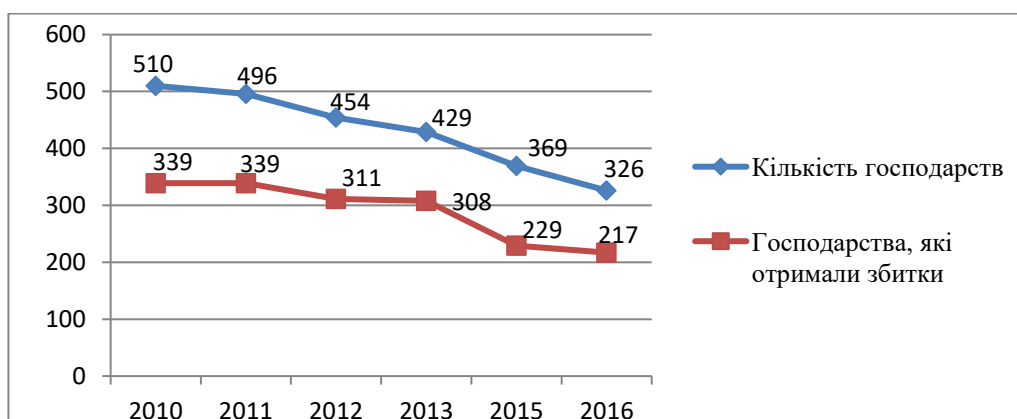


Рис. 2.12. Кількість сільськогосподарських підприємств, які реалізовували овече м'ясо та господарства, які отримали збитки

Джерело: власні дослідження автора за даними [127].



господарств за період 2010 – 2016 рр. зменшилась на 184, а станом на 2016 рік з 326 господарств зазнали збитків 217. Лише 109 господарств отримали прибутки.

Особливе місце в отриманні прибутку на підприємстві чи у фермерському господарстві займає реалізація вовни (табл. 2.21).

*Таблиця 2.21*

**Результати від реалізації вовни в середньому по Україні**

Показники	Роки							Відхилення (+, -)	
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2016р. від 2010р.	2016р. від 2015р.
Кількість продукції, в живій масі, ц	4948,0	5078,0	3763,0	3089,0	2629,0	2584,0	1844,0	-3104,0	-740,0
Виробнича собівартість продукції, тис. грн.	9636,3	10484,8	7338,4	7023,7	6829,5	8801,8	6065,2	-3571,1	-2736,6
Повна собівартість продукції, тис. грн.	10923,2	11954,3	8520,8	7833,4	7505,5	9622,0	6634,4	-4288,8	-2987,6
Чистий дохід (виручка), тис. грн.	1946,7	3518,0	3321,8	2141,1	1865,8	3661,9	4522,8	2576,1	860,9
Прибуток (збиток), тис. грн.	-8976,5	-8436,3	-5199,0	-5692,3	-5639,7	-5960,1	-2111,6	-6864,9	-3848,5
Рівень рентабельності (збитковості), %	-82,2	-70,6	-61,0	-72,7	-75,1	-61,9	-31,8	x	x

Джерело: власні дослідження автора за даними [127].

Незважаючи, на те що за досліджуваний період виробнича собівартість продукції зменшилась -3571,1 тис. грн., повна собівартість на -4288,8 тис. грн., чистий дохід склав 2576,1 тис. грн. У цілому, від реалізації вовни в середньому по Україні зазнали збитку у розмірі -6864,9 тис. грн.

За останні роки вартість вовни значно зменшилася, про що свідчать показники рисунка 2.13, з його даних видно, що за період 2010 – 2016 рр. повна собівартість 1 центнера вовни зросла на 1390,2 грн., а ціна реалізації 1 центнера вовни на 2059,3 грн.

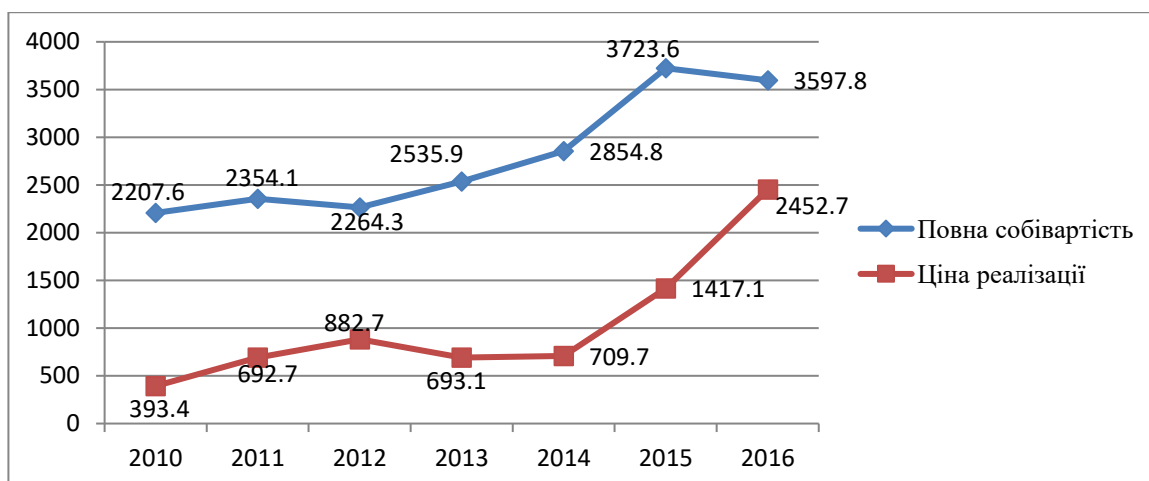


Рис. 2.13. Ціна реалізації 1 центнера вовни та повна її собівартість в Україні, грн.

Джерело: власні дослідження автора за даними [127].

Таким чином, станом на 2016 рік спостерігається диспаритет між повною собівартістю і реалізацією вовни, тому що собівартість більша, ніж реалізація вовни.

Така ситуація істотно впливає на рівень рентабельності реалізації вовни, де на рис. 2.14, ми спостерігаємо за період 2010 – 2016 рр. тенденцію зниження збитковості з (-82,2) % до (-31,8) %.

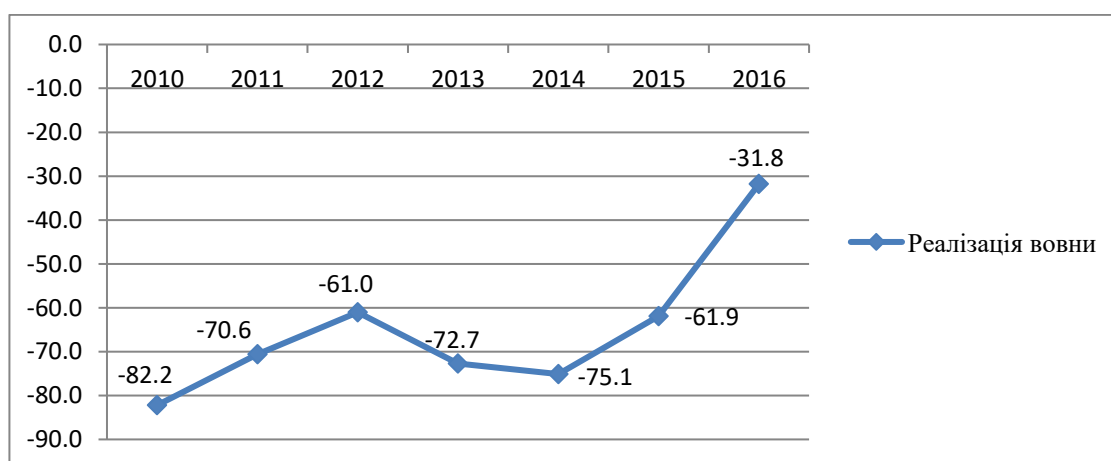


Рис.2.14. Рентабельність (збитковість) реалізації вовни в середньому по Україні, %

Джерело: власні дослідження автора за даними [127].

Також на рівень рентабельності (збитковості) реалізації вовни впливають кількість господарств, що реалізують вовну, і які отримали збитки (рис. 2.15).

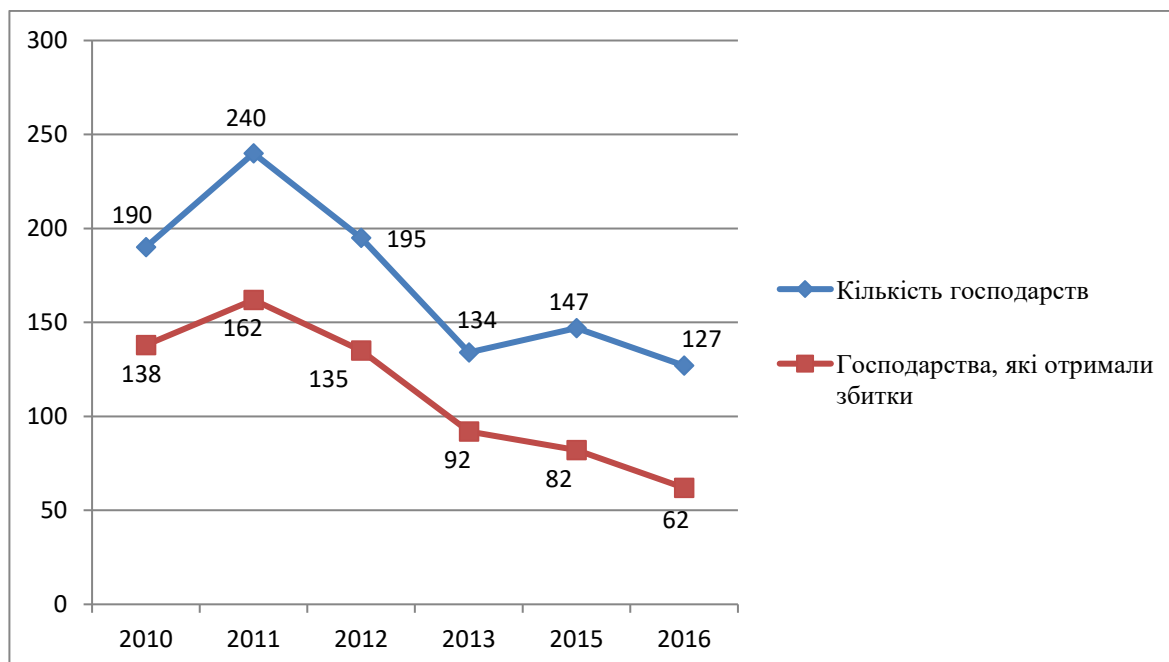


Рис. 2.15. Кількість сільськогосподарських підприємств, які реалізовували вовну, та господарства, які отримали збитки в Україні  
Джерело: власні дослідження автора за даними [127].

За вказаний період кількість господарств зменшилось на 63. Станом на 2016 рік із 127 господарств 62 отримали збитки. Це говорить про те, що половина господарств є збитковими.

Економічну ефективність виробництва вовни і баранини у сільськогосподарських підприємствах характеризують дані таблиці 2.22. Аналіз наведених показників засвідчує про негативні аспекти результативності діяльності сільськогосподарських підприємств при виробництві продукції вівчарства. Реалізація баранини і вовни не покриває витрати на їх виробництво. Звідси і виникає збитковість виробництва продукції вівчарства, рівень якої по баранині 2016 р. склав -35,1 %, по вовні – -31,8 %.

Таблиця 2.22

**Економічна ефективність виробництва продукції вівчарства  
в сільськогосподарських підприємствах України, 2010 – 2016 рр.**

Показники	Роки							Відношення, %
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2016 р. до 2010 р.
<b>Баранина</b>								
Реалізовано продукції в живій масі, ц	28092,0	26439,0	28533,0	22786,0	18494,0	18497,0	14575,0	51,9
Повна собівартість 1 ц, грн.	1541,3	1783,6	1874,7	2166,3	2738,5	2394,2	3190,8	207,0
Ціна реалізації 1 ц, грн.	1090,1	1084,0	1129,6	1238,8	1312,4	1691,5	2072,2	190,1
Отримано прибутку (збитку): - на 1 ц, грн.	-0,5	-0,7	-0,8	-0,9	-1,4	-0,7	-1,1	2,2
-всього, тис. грн.	-12674,0	-18497,8	-21258,6	-21132,3	-26374,2	-12997,7	-16303,3	128,6
Рівень рентабельності, %	-29,3	-39,2	-39,7	-42,8	-52,1	-29,4	-35,1	x
<b>Вовна</b>								
Реалізовано продукції в живій масі, ц	4948,0	5078,0	3763,0	3089,0	2629,0	2584,0	1844,0	37,3
Повна собівартість 1 ц, грн.	2207,6	2354,1	2264,4	2535,9	2854,9	3723,7	3597,8	163,0
Ціна реалізації 1 ц, грн.	393,4	692,8	882,8	693,1	709,7	1417,1	2452,7	623,5
Отримано прибутку (збитку): - на 1 ц, грн.	-1,8	-1,7	-1,4	-1,8	-2,1	-2,3	-1,1	61,1
-всього, тис. грн.	-8976,5	-8436,3	-5199,0	-5692,3	-5639,7	-5960,1	-2111,6	23,5
Рівень рентабельності, %	-82,2	-70,6	-61,0	-72,7	-75,1	-61,9	-31,8	x

Джерело: власні дослідження автора за даними [127].

Слід зауважити, що збитковим виробництво баранини та вовни було у всіх категоріях господарств. У подальшому таке явище призведе до повільного

зникнення галузі вівчарства в Україні, а це збільшить імпорт продукції з-за кордону, що негативно вплине на економіку країни в цілому.

За допомогою кореляційного-регресійного аналізу нами було проведено дослідження взаємозв'язку між ціною реалізації 1 ц, грн. ( $y$ ) та повною собівартістю 1 ц, грн. ( $x$ ) баранини (вихідні дані для розрахунків наведено в додатку Г).

Результати розрахунку сили зв'язку між ознаками показали, що значення кореляції більше 0,85 і становить 0,858148628. Це говорить про те, що протягом періоду спостереження була висока ступінь прямолінійного взаємозв'язку між ціною реалізації 1 ц та повною собівартістю 1 ц баранини.

Проведення регресійного аналізу, дозволило отримати такі результати (табл. 2.23).

Таблиця 2.23

**Отримані дані регресійного аналізу та їх оцінка**

Коефіцієнт множинної кореляції, $R$	Коефіцієнт детермінації, $R^2$	$t$ – критерій Стюдента	Значущість $t$ коефіцієнта	$F$ -критерій Фішера	Значущість $F$ коефіцієнта
0,858	0,736	0,396	0,708	13,969	0,013

Джерело: власні дослідження.

На основі цих даних робимо відповідні висновки: 1) коефіцієнт множинної кореляції перевищує оптимальне значення 0,7; 2) коефіцієнт детермінації більше оптимального значення 0,5; 3)  $t$ -критерій Стюдента менший від оптимального значення 2 (за ймовірності, що дорівнює 0,95). Така ситуація підтверджує істотний вплив повної собівартості на ціну реалізації; 4) отриманий результат  $F$ -критерію Фішера, набагато більший від  $F$ -значущості, і (чим він вищий, тим кращий зв'язок).

Коефіцієнти регресії показують, що в цьому випадку рівняння регресії матиме такий вигляд:

$$y = 135,05 + 0,552x.$$

Покажемо взаємозв'язок між  $x$  та  $y$  у вигляді лінійного графіка (рис. 2.16).

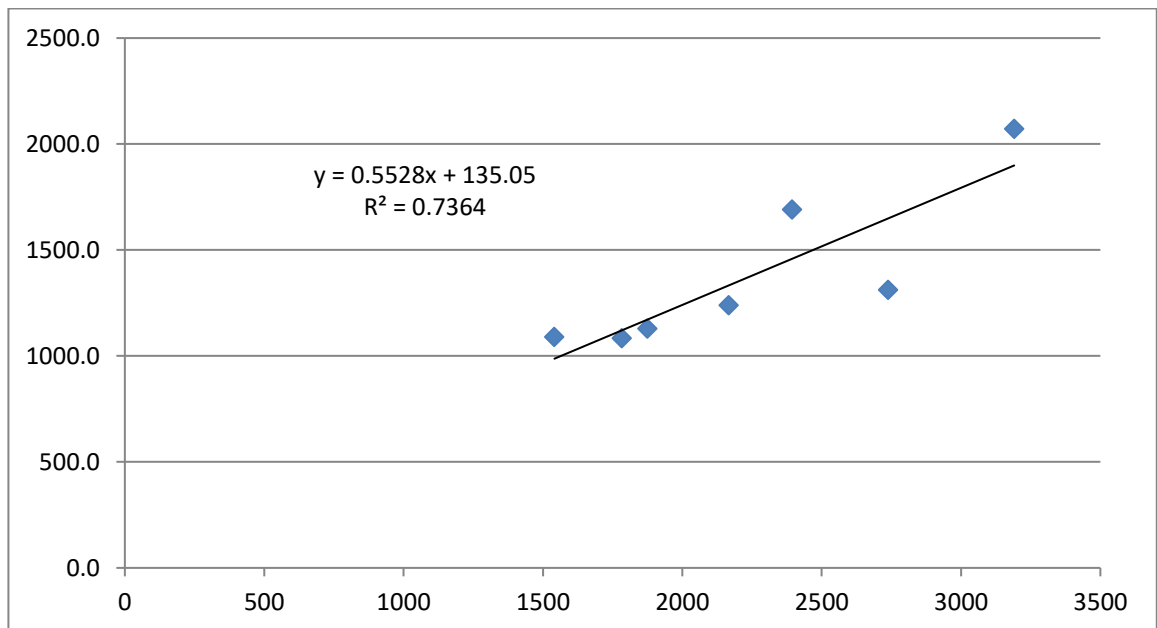


Рис. 2.16. Графічне зображення результатів регресійного аналізу

Джерело: власні дослідження.

З огляду на високі значення коефіцієнтів множинної регресії та детермінації дана залежність є достатньо закономірною. Показники F-значущості та F-критерію Фішера свідчать про достатній рівень достовірності результатів оцінювання.

Коефіцієнт множинної регресії  $R = 0,858$  вказує на дуже щільний зв'язок між результативним показником та факторною величиною. Щодо значення коефіцієнта детермінації  $R^2$  отриманої кореляційно-регресійної моделі  $R^2 = 0,736$ , то залежність ціни реалізації 1 ц баранини на 73,6 % обумовлена обраною факторною величиною – повною собівартістю 1 ц баранини. Решта 26,4 % обумовлені іншими факторами, що істотно впливають на ціну реалізації, але які не включені в модель регресії,

### **2.3. Кормовиробництво – як елемент забезпечення ефективного виробництва продукції вівчарства**

Однією з найважливіших галузей, на сьогоднішній день, у сільському господарстві України, яка є невід’ємним елементом для формування і функціонування ринку продукції тваринництва є кормовиробництво.

Кормовиробництво, як галузь аграрного виробництва, має забезпечувати тваринництво достатньою кількістю якісних, збалансованих за вмістом поживних речовин кормів. Основні напрями розвитку цієї галузі – інтенсифікація польового і лучного кормовиробництва на основі прогресивних технологій вирощування кормових культур, заготівлі та зберігання кормів, поліпшення їх структури і якості [111].

Посіви кормових культур на орних землях разом із природними кормовими культурами повинні повністю забезпечити тваринництво усіма видами повноцінних кормів. Проблема заготівлі та виробництва кормів повинна вирішуватись на основі застосування прогресивних технологій, багатофункціональної техніки та сучасного обладнання для виробництва високоякісних екологічно безпечних кормів, підвищення їх протеїнової та енергетичної поживності, зменшення втрат на всіх етапах вирощування, заготівлі, транспортування, зберігання та використання [109, с. 236].

Основним призначенням цієї галузі є вирощування і заготівля високоякісних кормових культур для забезпечення розвитку тваринництва.

Оптимальне функціонування галузей тваринництва можливе лише за раціональної оснащеності господарства всіма основними елементами його матеріально-виробничої бази, в числі яких першорядне значення мають корми, їх кількість, склад і якість. Тому для подальшого підвищення ефективності сільського господарства одним з вирішальних умов є постійне дотримання пропорційності у розвитку рослинництва і тваринництва, сполучною ланкою між якими є кормова база. Цим викликана специфічна подвійність її завдань, а також організації виробництва та використання кормів. Відповідно

під кормовою базою господарства розуміють розміри і склад джерел отримання кормів, їх обсяг, асортимент і якість, організацію їх виробництва та використання. Головна мета організації кормовиробництва – всемірне збільшення виробництва дешевої тваринницької продукції [109].

Основою виробництва продукції вівчарства є його надійна кормова база. Кожне фермерське господарство чи сільськогосподарське підприємство, яке утримує овець і прагне виробляти якісну, поживну продукцію та збільшувати продуктивність виробництва, повинні забезпечити себе на рік необхідним обсягом різноманітних кормів та кормовими площами. Формування кормової бази безпосередньо залежить від раціональної та збалансованої годівлі овець поживними кормами, які насичені мінеральними речовинами, мікроелементами і вітамінами. Тому найважливішою умовою швидкого розвитку виробництва продукції вівчарства є створення міцної кормової бази.

Інтенсивний розвиток тваринництва ставить підвищені вимоги до кормової бази. Виникає потреба створити спеціалізовану галузь кормовиробництва, яка б за організацією і технічним оснащенням відповідала сучасному тваринництву.

Найважливішою ланкою в розв'язанні цього важливого завдання є збирання, заготівля, зберігання і підготовка кормів до згодовування. Саме це визначає кінцевий результат усього виробничого циклу і є великим резервом для збільшення обсягу заготовлюваних кормів, поліпшення їх якості й ефективнішого використання в годівлі сільськогосподарських тварин.

Виробництву нині запропонований цілий комплекс технологічних прийомів збирання, заготівлі, зберігання й підготовки кормів до згодовування, який забезпечує потоковість заготівлі й закладання їх на зберігання при мінімальних втратах врожаю і щонайменшій залежності якості готового корму від метеорологічних умов та інших некерованих факторів. Вони передбачають комплексну механізацію, а в деяких випадках і автоматизацію усіх процесів збирання, заготівлі і переробки кормів за рахунок машин і обладнання, що випускаються серійно [110, с. 4].



Кормовиробництво - багатогранна і найбільш відстала в технологічному і технічному озброєнні галузь сільського господарства. Через це відведені під виробництво кормів площі не у всіх підприємствах використовуються повною мірою, з них мало ще заготовляється сіна, сінажу, силосу, коренеплодів і фуражного зерна.

Вівчарство, даючи цінні види продукції, сприяє поліпшенню сільськогосподарських угідь, використовуючи непридатні для інших видів худоби пасовища, і тому утримання овець обходиться дешевше інших тварин (рис. 2.17). На пасовища у сільськогосподарських підприємствах припадає 3,2 %, сіножаті – 1,9 %, у населення пасовища – 13,8 %, сіножаті – 7,4 %.

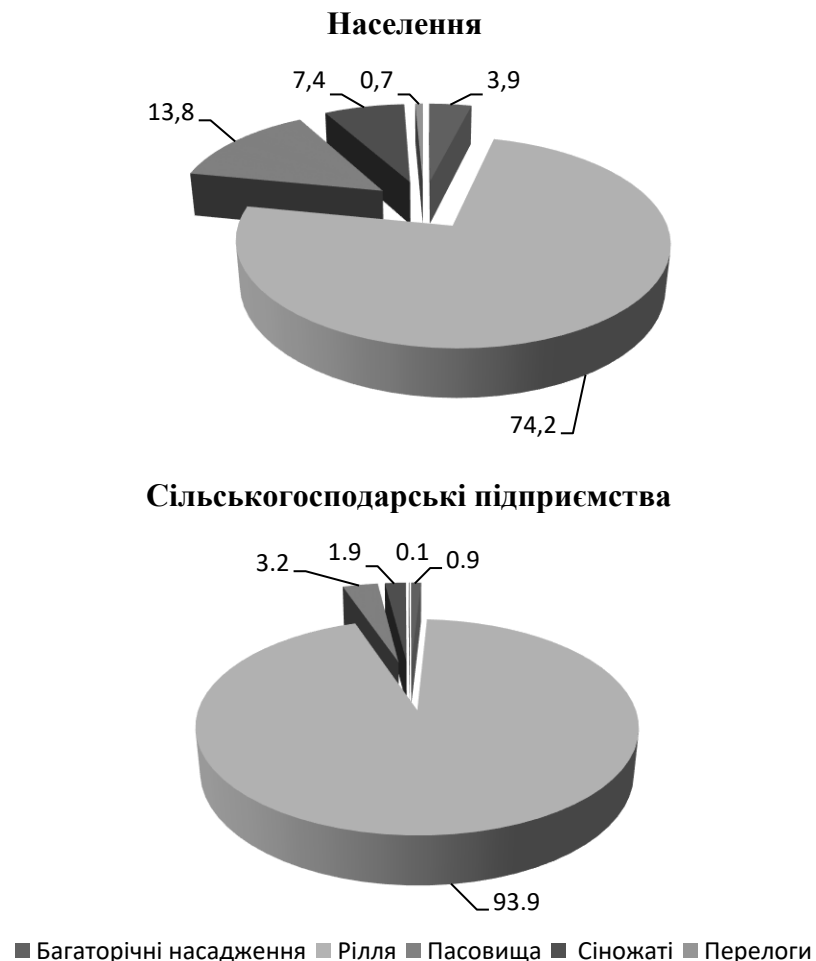


Рис. 2.17. Структура сільськогосподарських угідь за 2016 рік у відсотках до загальної площі

Джерело: власні дослідження за статистичними даними [127] .

Найбільшу площу у структурі посівних площ основних сільськогосподарських культур в усіх категоріях господарств займають зернові та зернобобові культури, яка за досліджуваний період збільшилась на 3,1 %, а кормові – зменшилися на 18,9 % (табл. 2 24).

Таблиця 2.24

**Структура посівних площ основних сільськогосподарських культур  
в усіх категоріях господарств**

Сільськогосподарські культури	Структура посівних площ									
	2000		2005		2010		2015		2016	
	тис. га	%	тис. га	%	тис. га	%	тис. га	%	тис. га	%
Зернові та зернобобові	13646	50,2	15005	57,6	15090	56,0	14739	54,8	14401	53,3
Технічні	4187	15,4	5260	20,2	7296	27,1	8350	31,0	8852	32,8
Картопля, культури овочеві та баштанні продовольчі	2277	8,4	2041	7,8	1967	7,3	1823	6,8	1841	6,8
Кормові	7063	26,0	3738	14,4	2599	9,6	1990	7,4	1932	7,1
<b>Посівна площа</b>	<b>27173</b>	<b>100</b>	<b>26044</b>	<b>100</b>	<b>26952</b>	<b>100</b>	<b>26902</b>	<b>100</b>	<b>27026</b>	<b>100</b>

Джерело: власні дослідження за статистичними даними [126] .

Важливим моментом у годівлі овець є формування зеленого конвеєра. Для складання зеленого конвеєра насамперед визначають середньодекадне поголів'я тварин різних видів і вікових груп, які будуть у господарстві протягом пасовищного періоду. Потребу у зеленому кормі для худоби визначають подекадно на кожен місяць.

Для цього добову норму зеленого корму в кілограмах на одну голову множать на середньодекадне поголів'я. Одержану потребу корму для всієї групи на добу множать на 10, добуток ділять на 100 і дістають потребу зеленої маси в центнерах на декаду. Так визначають потребу господарства в зеленому кормі на кожен місяць, на весь період і для всіх видів тварин.

Для обчислення потреби в зелених кормах користуються наступними нормами (табл. 2.25) [120, с.243].

Як видно з табл. 2.25, добова норма зеленого корму овець дорослих і ягнят набагато менша від корів, нетелів, биків-плідників, молодняка великої

рогатої худоби старше року, молодняку великої рогатої худоби до року, коней старше трьох років і лошат, лише однакова з кнурами-плідниками і на 2-3 кг більша за свиноматок з приплодом до чотирьох місяців та підсвинків старше чотирьох місяців.

Таблиця 2.25

**Орієнтовні норми добової потреби в зелених кормах різних видів  
і груп тварин (за даними І. С. Попова)**

<b>Вид і група тварин</b>	<b>Добова норма зеленого корму на голову, кг</b>	<b>Вид і група тварин</b>	<b>Добова норма зеленого корму на голову, кг</b>
Корови	50-60	Кнури-плідники	6-8
Нетелі	40-50	Свиноматки з приплодом до чотирьох місяців	4-5
Бики-плідники	30-40	Підсвинки старше чотирьох місяців	4-5
Молодняк великої рогатої худоби старше року	25-30	<b>Вівці дорослі</b>	<b>6-8</b>
Молодняк великої рогатої худоби до року	10-15	<b>Ягнята</b>	<b>3-4</b>
Коні старше трьох років	40-50	Птиця	0,07
Лошата	25-30	<b>х</b>	<b>х</b>

Джерело: адаптовано на основі [109, с.244].

Створити міцну кормову базу підприємства можна при чіткому дотриманні принципів її раціональної організації, основними з яких є:

1) дотримання відповідності природно-економічним умовам раціональної спеціалізації підприємства;

2) ефективне використання головного засобу виробництва – землі, раціональна організація посівного і лукопасовищного кормовиробництва;

3) пропорційне співвідношення між кормовими ресурсами і перспективами ефективного розвитку галузей тваринництва відповідно до потреб господарства в їх продукції. План трансформації земельних угідь має передбачати поліпшення їх за допомогою системи організаційно-економічних

заходів з метою забезпечення випереджаючих темпів зростання кормової бази темпам збільшення поголів'я тварин при досягненні їх продуктивності згідно з породними характеристиками;

4)раціональне використання трудових ресурсів, засобів виробництва як у виробництві кормів, так і в галузях тваринництва. Дотримання цього принципу можливе за впровадження прогресивних форм організації виробництва і праці, системи машин для забезпечення комплексної механізації виробничих процесів на всіх стадіях кормовиробництва;

5)висока економічна ефективність при повному забезпеченні тваринництва високоякісними кормами і науково обґрунтованих нормативних витратах на одиницю продукції [119].

Основні джерела, звідки надходять корми для виробництва продукції вівчарства – це польове кормовиробництво, яке дає майже 85 % загальної кількості кормів, природні сіножаті і пасовища, підприємства переробної промисловості та спеціалізовані підприємства по виробництву кормових добавок.

Важливим для розвитку галузі кормовиробництва та створення кормової бази у вівчарстві є виробництво і валовий збір кормових культур (табл. 2.26), яка за період 2000 – 2016 рр. зазнала таких зменшень: коренеплоди кормові на (81,3) тис. т, кукурудза кормова – (-17215,5 тис. т), трави однорічні (на корм зелений, сінаж, силос, трав'яне борошно) – (-5801,4 тис. т), трави багаторічні (на корм зелений, сінаж, силос, трав'яне борошно) – (-8539,9 тис. т), пасовища культивовані (на сіно) – (-1,8 тис. т), пасовища культивовані (на корм зелений, сінаж, силос, трав'яне борошно) – (-289,1 тис. т). Позитивним є лише збільшення виробництва буряка цукрового кормового (на 43,3 тис. т), культури кормові баштанні – (408,5 тис. т), трави однорічні (на сіно) – (369,5 тис. т) і трави багаторічні (на сіно) – (789,0 тис. т).

Якщо порівнювати 2015 рік з 2016, хоч незначне, але спостерігається тенденція покращення виробництва. Це помітно по збільшенню показників обсягу збору кормових культур.

Таблиця 2.26

**Виробництво та валовий збір кормових культур,  
які використовувались для годівлі та відгодівлі овець, тис. т**

Кормові культури	Роки							Відхилення (+, -)	
	2000	2005	2010	2013	2014	2015	2016	2016р. від 2000р.	2016р. від 2015р.
Коренеплоди кормові	6358,2	7565,8	6633,8	6996,6	6892,3	6114,8	6276,9	-81,3	162,1
Буряк цукровий кормовий	31,4	44,9	13,7	24,8	102,9	72,7	74,7	43,3	2,0
Культури кормові баштанні	563,6	1063,1	701,9	720,1	723,8	766,9	972,1	408,5	205,2
Кукурудза кормова	24183,3	12508,5	7511,0	8507,5	7573,5	6842,8	6967,8	-17215,5	125,0
Трави однорічні: - на сіно	647,1	942,2	953,4	953,3	1003,5	976,6	1016,6	369,5	40,0
- на корм зелений, сінаж, силос, трав'яне борошно	7074,4	3584,6	1996,1	1480,6	1481,7	1101,5	1273,0	-5801,4	171,5
Трави багаторічні: - на сіно	2572,5	2969,3	3237,7	3424,0	3926,1	3124,2	3361,5	789,0	237,3
- на корм зелений, сінаж, силос, трав'яне борошно	11610,2	5836,8	3592,5	3258,9	3208,1	2749,1	3070,3	-8539,9	321,2
Сіножаті: - на сіно	2162,4	2076,9	1653,5	1603,1	1520,8	1309,3	1216,1	-946,3	-93,2
- на корм зелений, сінаж, силос, трав'яне борошно	529,5	254,4	142,7	82,6	91,9	65,0	80,8	-448,7	15,8
Пасовища культивовані: - на сіно	16,9	16,0	14,2	9,2	7,2	13,1	15,1	-1,8	2,0
- на корм зелений, сінаж, силос, трав'яне борошно	352,3	401,9	143,3	106,1	109,9	84,1	63,2	-289,1	-20,9

Джерело: власні дослідження за статистичними даними [127] .

Раціонально складена ефективна кормова база, істотно впливає на вирощування і відгодівлю овець (табл. 2.27).

З представлених в таблиці 2.27 результатів видно, що приріст зменшився на 8952 ц, виробнича собівартість збільшилась на 18540 тис. грн., собівартість 1 ц приросту збільшилась на 1977 грн.

Таблиця 2.27

**Вирощування та відгодівля овець у сільськогосподарських підприємствах в середньому по Україні**

Показники	Роки							Відхилення (+, -)	
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2016р. від 2010р.	2016р. від 2015р.
Приріст, ц	26383	24066	22491	21318	24999	20416	17431	-8952	-2985
Виробнича собівартість, тис. грн.	46899	53320	57020	54637	58914	63441,6	65439	18540	1998,3
Собівартість 1 ц приросту, грн.	1777	2215	2535	2562	2356	3107	3754	1977	646,83

Джерело: власні дослідження автора за даними [126].

Серед усіх статей витрат, які несуть підприємства на виробництво привісу овець, одним із найбільших є корми табл. 2.28, які за період 2010 – 2016 рр. збільшились на 12829,3 тис. грн. Порівнюючи 2016 рік з 2015 роком спостерігається зменшення витрат на (-849,9) тис. грн.

Таблиця 2.28

**Витрати на виробництво привісу овець за елементами у сільськогосподарських підприємствах в середньому по Україні, тис. грн.**

Показники	Роки							Відхилення (+, -)	
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2016р. від 2010р.	2016р. від 2015р.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Виробнича собівартість - всього	46899,8	53320,6	57020,2	54637,5	58914,0	63441,6	65439,9	18540,1	1998,3

Продовження табл. 2.28

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Прямі матеріальні витрати, у тому числі з них:	27801,4	31063,6	34304,8	33009,1	38212,0	42900,7	43973,6	16172,2	1072,9
<b>Корми</b>	20786,6	23372,6	26608,6	26648,8	30470,2	34465,8	33615,9	12829,3	-849,9
Нафтопродукти	1870,2	2146,9	2219,5	1931,9	2414,0	2688,3	2701,5	831,3	13,2
оплата послуг і робіт сторонніх організацій	1819,3	1956,1	1968,1	1236,9	1247,8	1290,4	3592,8	1773,5	2302,4
решта матеріальних витрат	3325,3	3588,0	3508,6	3191,5	4080,0	4456,2	4063,4	738,1	-392,8
Прямі витрати на оплату праці	10962,2	13317,2	13260,9	12534,5	11605,4	11842,8	13167,2	2205,0	1324,4
Інші прямі і зальновиробничі витрати всього, у тому числі з них:	8136,2	8939,8	9454,5	9093,9	9096,6	8698,1	8299,1	162,9	-399,0
амортизація необоротних активів	1825,0	1772,0	1675,3	2050,7	2385,0	1867,3	2618,8	793,8	751,5
відрахування на соціальні заходи	3899,5	4969,2	4911,7	4634,8	4314,6	4438,2	3053,8	-845,7	-1384,4
решта інших прямих і загальновиробничих витрат	2411,7	2198,6	2867,5	2408,4	2397,0	2392,6	2626,5	214,8	233,9

Джерело: власні дослідження автора за даними [126].

Для того, щоб забезпечити своє господарство кормами, кожен фермер повинен мати у структурі посівних площ культурні пасовища, які є основним джерелом для одержання ранніх високоякісних і дешевих кормів.

Культурні пасовища – це поліпшені природні або створені на орних землях пасовищні кормові угіддя, які дають змогу забезпечити високу продуктивність тварин. Це спеціальне (або спеціалізоване), технічно оснащене і обладнане пасовищне угіддя, розраховане на певну систему експлуатації, включаючи інтенсивне удобрення, зрошення, водопостачання, електровипасання, наявність доїльного центру і необхідних допоміжних споруд.

Дуже важливо, щоб на пасовищах вівці одержували повноцінну за поживністю свіжу зелену масу, яка містить усі поживні речовини – протеїн,

жири, вуглеводи, цукор, макро- й мікроелементи, природні біостимулятори та антибіотики [130].

Вівці – пасовищні тварини, порівняно невибагливі до пасовищного корму. Вони можуть досить ефективно використовувати малопродуктивні природні кормові угіддя, краще поїдають різнотрав'я, ніж велика рогата худоба. Випасання овець на доглянутих культурних пасовищах позитивно впливає на продуктивність і відтворювальні функції тварин та якість вовни [131].

Раціональне використання культурних пасовищ передбачає, при можливості, застосування загінного випасання. Виходячи з продуктивності пасовищ, поголів'я овець та потреби в кормах (приблизно 8–10 кг зеленої маси на одну голову) всю територію пасовищ розбивають на загони (клітки), відгороджені один від одного постійною або пересувною огорожею. Інтервал між випасанням окремих кліток навесні – 20–25 днів, влітку та восени – 30–40 днів. Цей прийом дає змогу на 20% скоротити площу випасів унаслідок більш ефективного використання пасовищ [133].

Для утримання овець при механізованих фермах створюють багаторічні культурні пасовища, які використовуються в поєднанні з природними. Усі пасовища розгороджують огорожами, застосовують загородний випас. Відомо, що загородна система випасу – найбільш економне і правильне використання пасовищ. При цьому досягається найефективніше використання природних і особливо довголітніх культурних пасовищ. При застосуванні загородного випасу забезпечується краще вживання рослин та збереження угідь від надмірного згодовування. Періодична зміна пасовищ разом з тим охороняє тварин від гельмінтозів та інших хвороб.

Вільний безсистемний випас овець у короткий термін призводить пасовища в непридатний стан. При такому використанні неможливе проведення заходів по догляду за кормовими угіддями, в результаті чого ботанічний склад трав різко погіршується і врожайність їх знижується. У такому випадку зі спеціалізацією і концентрацією виробництва продукції вівчарства здійснюються заходи щодо розширення площ довголітніх



культурних пасовищ і підвищення продуктивності природних кормових угідь, а також їх раціонального використання.

Багаторічними дослідженнями встановлено, що розподіл довголітніх культурних і високопродуктивних природних пасовищ на клітки постійною огорожею і водопоєм дозволяє шляхом періодичної (через 5–6 днів) зміни кліток раціонально використовувати кормові угіддя і забезпечувати тварин безперебійним повноцінним годуванням.

В одному загоні може міститись до 1000 овець залежно від урожайності пасовищ і природно-кліматичних умов місцевості.

Число загонів і величину їх визначають залежно від конкретних умов: середньої врожайності пасовищ, здатності трав до швидкого відростання, тривалості пасовищного сезону, величини отар та інших чинників. Краще використання пасовищ досягається за висоти рослин 10–15 см. Така трава поживніша, легше перетравлюється і краще поїдається тваринами. При нестачі вологи в ґрунті і повільному відростанні трав тривалість утримання овець в загонах скорочують. У зонах помірного зволоження отару в загони містять протягом 5–6 днів, для повторного стравлювання отару повертають через 25–30 днів. На зрошуваних пасовищах, де відростання трави відбувається більш інтенсивно, отару в загони містять не більше 2–3 днів і їх розмір роблять менше. Найбільш раціональна форма пасовищного утримання овець – це випас на обгороджених ділянках з доставкою води на місце випасу. Цей спосіб забезпечує краще використання кормових угідь і дозволяє в 3–4 рази скоротити витрати праці на утримання овець, а отже, і знизити собівартість продукції вівчарства на 30–40%.

Велике значення для підвищення ефективності загородної системи використання пасовищ мають лісосмуги по межах окремих пасовищних ділянок. Вони не тільки позначають постійні межі ділянок, але й служать хорошим укриттям для овець від літньої спеки і холодного зимового вітру. При використанні загородного випасу з одиниці площі отримують на 20–25% більше зеленої маси кормів. При такому способі використання пасовища легко

визначити: оптимальне навантаження овець на різних типах пасовищ по сезонах і виробляти максимальну кількість продукції вівчарства при найменших затратах праці, інших засобів; в плановому порядку проводити необхідні агротехнічні заходи, що забезпечують підвищення врожайності пасовищ; поширення хвороби серед овець, яка виникла в будь-якій групі (отарі).

При цьому продуктивність праці в пасовищний період підвищується в 2-4 рази [132].

Далі виникає питання визначення потреби річної годівлі овець у господарствах, що вирішується залежно від рівня інтенсифікації виробництва кормів (табл. 2.29).

При загінному випасанні трави використовують у фазах кушіння і виходу в трубку, тобто в період, коли вони містять найбільше протеїну та інших поживних речовин, завдяки чому вівці максимально використовують травостій. Для ефективного використання пасовищ важливо визначити щільність овець на 1 га пасовищ, яку визначають за формулою:

$$E = \frac{Y \times K}{H \times T}, \quad (2.1)$$

де  $E$  – навантаження овець на 1 га, гол.;

$Y$  – урожайність пасовищ, ц/га;

$K$  – коефіцієнт використання пасовищ;

$H$  – добова норма зеленої маси на одну тварину, кг;

$T$  – тривалість пасовищного періоду, дні.

При створенні культурних пасовищ необхідно визначити розмір і кількість загонів.

Площу загону визначають за формулою:

$$S = \frac{H \times T}{n \times k}, \quad (2.2)$$

де  $S$  – площа загону, га;

$H$  – добова норма зеленої маси на одну тварину, кг;

$n$  – кількість овець в отарі, гол.;

Таблиця 2.29

## Потреба овець у пасовищному кормі

Група овець	Кількість овець	Термін випасу, гол.	Потрібно зеленої маси			Фактична врожайність зеленої маси, кг / га	Використання випасу овець, %	Кількість спожитої трави, кг/га	Навантаження овець на 1 га, гол.		Площа пасовища на період випасання, га
			на добу на голову, кг	на добу на отару, кг	на період, кг				на весь період	на день	
Племінні барани	20	200	3	660	132000	2500	100	132000	5	5	44
Матки	5550	200	4	22200	4440000	2500	100	4440000	4	4	1387
Ярки старше 1 року	2450	200	2	4900	980000	2500	100	980000	7	7	350
Ягнята до 1 року	6150	200	1	6150	1230000	2500	100	1230000	13	13	473

Джерело: адаптовано на основі [132].

$k$  – коефіцієнт використання пасовищ [131].

Позитивною особливістю є те, що культурні пасовища можна створювати у всіх ґрунтово-кліматичних зонах України. Для цього необхідно:

- 1) створити оптимальні умови для росту і розвитку рослин (обробіток ґрунту, підтримувати оптимальну вологість ґрунту, систематичне внесення добрив);
- 2) створити штучний травостій із високоврожайних злакових і бобових трав, пристосованих до місцевих ґрунтово-кліматичних умов;
- 3) організувати загінну систему випасання з такою умовою, щоб на кожному загоні випасання тварин проводилося не більше 5–6 днів;
- 4) сіяти на культурних пасовищах швидкостиглі зелені трави.

## **Висновки до розділу 2**

1. Аналізуючи сучасний стан виробництва продукції вівчарства в Україні та порівнюючи його із зарубіжними країнами, ми дійшли висновку, що, маючи частку поголів'я овець в світі 0,06 %, Україна не може з таким показником конкурувати із зарубіжними країнами. Це говорить про те, що галузь вівчарства потребує вирішення низки проблем, які гальмують його розвиток, тому що динаміка поголів'я овець України станом на 2016 рік 743,9 тис. голів порівняно з 1991 роком 7896,2 тис. голів показала значне скорочення (на -7152,3 тис. голів). Така тенденція, в свою чергу, призведе до зменшення виробництва основної продукції вівчарства (м'яса, вовни, молочних продуктів). Це негативно вплине як на продовольчий ринок, так і на економіку України в цілому.

2. Дослідження становлення та функціонування ринку продукції вівчарства показали, що станом на 2016 рік повна собівартість реалізації овець на м'ясо 1 ц більша, ніж ціна її реалізації, а це істотно впливає на рівень рентабельності, яка складає 35,1 %. Така ж ситуація спостерігається і з виробництвом 1 ц вовни, де рівень рентабельності реалізації становить -31,8 %, що призводить до збитковості фермерського господарства.

3. Визначено поняття кормовиробництва та кормової бази. Пораховано структуру посівних площ основних сільськогосподарських культур в усіх категоріях господарств. Досліджено орієнтовні норми добової потреби в зелених кормах різних видів і груп тварин. Проаналізовано виробництво та валовий збір кормових культур, які використовувались для годівлі та відгодівлі овець; витрати на вирощування та відгодівлю овець у сільськогосподарських підприємствах в середньому по Україні; витрати на виробництво привісу овець за елементами статей по Україні, що дає можливість побачити, вирішення яких проблем потребує кормовиробництво. Це:

- вдосконалення та модернізації матеріально-технічної бази, пов'язаних з виробництвом кормів для овець;
- раціонального та ефективного використання земельних угідь та пасовищ господарства, яке утримує овець;
- створення повноцінної стійкої кормової бази;
- збільшення продуктивності вирощування кормових культур;
- створення великої кількості культурних пасовищ.

### РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ ПОКРАЩЕННЯ РОЗВИТКУ РИНКУ ПРОДУКЦІЇ ВІВЧАРСТВА В УКРАЇНІ

#### 3.1. Перспективні напрями формування ринку продукції вівчарства

В умовах інтенсифікації виробництва продукція вівчарства в Україні опинилася у жорсткому конкурентному середовищі на світовому ринку. Однак зі збільшенням попиту на натуральну текстильну продукцію (хутрово-шубні, вовняно-ткацькі, камвольні, трикотажні, шкіряні вироби та ін.), якісну дієтичну ягнятину, різноманітні сири з овечого молока та низький рівень пропозиції продукції вівчарства на світових ринках для України відкривається перспективна можливість зайняти одне з провідних місць в ринковому середовищі, тому що становлення та функціонування ринку продукції вівчарства залежить від того, яке місце вона займе на ринку продукції тваринництва, на розвиток якого впливають складові ринкового середовища. Основні складові ринку продукції вівчарства в ринковому середовищі висвітлено у табл. 3.1.

*Таблиця 3.1*

#### Складові ринкового середовища ринку продукції вівчарства

Внутрішнє середовище	Зовнішнє середовище
Кількість суб'єктів господарської діяльності	Рівень кредитування
Організація та управління господарством	Надходження інвестицій
Кількість зайнятих працівників, як на ринку, так і на виробництві продукції	Експорт та імпорт продукції
Організація та управління виробництвом	Законодавчо-нормативна база
Ефективний маркетинг	Політична та соціально-економічна ситуація
PR-менеджмент	Запровадження інновацій
	Органи державного управління
Конкуренція	Партнери та клієнти

Джерело: власні дослідження.

З переходом економіки на ринкові відносини нагромаджений потенціал галузі почав руйнуватися. Скоротилося як загальне, так і маточне поголів'я, зменшилось племінне стадо, знизилися обсяги виробництва продукції, що спричинило збитковість галузі вівчарства і втрату зв'язків виробників з промисловістю.

Нині галузь у кризовому стані, а занепад виробництва продукції вівчарства призвела до спаду виробництва текстильної і трикотажної промисловості. Легка промисловість відмовилась закуповувати вовну, овечі шкури, а м'ясопереробні підприємства – баранину, що призвело до ліквідації галузі в окремих районах. Вівчарство нині стало економічно не вигідним видом діяльності [137, с. 69].

На жаль, виходячи з аналізу, видно, що ринок продукції вівчарства знаходиться у кризовому стані і дана галузь потребує нових змін з виробництва м'яса, вовни, молока, овчини, смужок тощо за рахунок збільшення поголів'я овець.

Нами запропоновано такі перспективні напрями, що дадуть поштовх до покращення розвитку ринку продукції вівчарства України і галузі в цілому.

Одним із перших кроків для покращення галузі вівчарства, повинно стати раціональне розміщення овець за природно-кліматичними умовами. Галузь вівчарства безпосередньо залежить від природно-кліматичних умов, адже у тому регіоні, де знаходяться вівці, визначаються витрати на її утримання та собівартість отриманої продукції вівчарства.

Тому, враховуючи різноманітність кожної природно-кліматичної зони (Степ, Лісостеп, Полісся і Карпати) потрібно першим завданням:

- а) ретельно обирати ті види і породи овець, які доцільно розводити в даному регіоні;
- б) будувати сучасні приміщення відповідно до клімату регіону;

Станом на 2016 рік прийнято в експлуатацію для утримання овець 200 приміщень, що порівняно з іншими сільськогосподарськими тваринами – найменший показник (табл. 3.2).

Таблиця 3.2

**Прийнято в експлуатацію окремих потужностей  
сільськогосподарського призначення тваринницьких приміщень,  
тис. скотомість**

Тварини	Роки							Відхилення (+, -)	
	2000	2005	2010	2012	2014	2015	2016	2016р. до 2000р.	2016р. до 2015р.
ВРХ	6	1	3	14	11	7	3	-3	-4
Свині	5	10	24	3	15	18	2	-3	-16
<b>Вівці</b>	1	—	0,2	0,1	0,1	0,1	0,2	-0,8	0,1
Птиці	45	3157	7229	220647	11195	191	3269	3224	3078

Джерело: власні дослідження за статистичними даними [129].

в) впроваджувати новітні технології утримування овець;

г) створити міцну кормову базу для утримання овець.

В Україні розміщення овець відбувається, як вже зазначалося вище, з урахуванням зональних особливостей, головними факторами якого є природно-кліматичні і господарські умови та етнічний склад населення регіону з його традиціями щодо споживання продукції вівчарства. Це особливо важливо в умовах нестабільності ринку, яка призвела до майже повної ліквідації овець у деяких областях.

Концентрація поголів'я по зонах залежить і від наявності важкодоступних для інших видів сільськогосподарських тварин кормових ресурсів – перш за все пасовищ.

Найбільша чисельність поголів'я овець знаходиться в зонах, території яких непридатні до інтенсивного землеробства через кліматичні, рельєфні умови тощо.

Особливості зонального розміщення вівчарства, які формуються природним шляхом, по мірі росту економічної віддачі галузі можуть змінюватися.



Сьогодні в основних зонах розведення овець є ознаки спеціалізації з виробництва найбільш економічно вигідної продукції, яку забезпечують вівці різних порід та напрямків продуктивності.

Подальший розвиток вівчарства в різних зонах залежить від співвідношення сприятливих та негативних факторів. Так, для зони Карпат позитивними факторами є наявність великих масивів гірських пасовищ, які протягом 5 місяців забезпечують овець різноманітними зеленими кормами, наявність попиту на продукцію молочного походження (сир-бринза, вурда, масло), яка є основною в регіоні, існування народних промислів з переробки овечої вовни, з якої виробляють ковдри, «ліжники» тощо, а також санаторно-курортна туристична інфраструктура.

Стримуючий фактор розвитку галузі вівчарства даної зони – віддаленість пасовищ від населених пунктів, незадовільні побутові умови для працюючих в період «літування» на полонинах, труднощі в процесі заготівлі й доставки кормів на зимовий період (неможливість використання техніки, механізмів), недостатня кількість та висока ціна на концентровані корми.

У зоні Полісся де майже 30 % території зайнято лісами і чагарниками, 2 % – болотами. Сільгоспугіддя становлять 25 % всієї території, в структурі яких природні кормові угіддя займають 20 %. Це найбільш зволожена зона України. Низький рельєф, значна кількість опадів сприяє заболоченості території. Такі умови не зовсім сприятливі для овець.

Лісостепова зона за своїми природно кліматичними умовами сприятлива для розведення овець. Характеризується високою густотою населення, а також розораністю земель – 70 %. Завдяки помірно-теплому клімату з рівнем опадів 500–600 мм та більш тривалому, ніж на Півдні, зеленому травостої, може стати провідною зоною м'ясного та м'ясо-вовнового вівчарства.

Степову зону можна було б називати зоною вівчарства. До сприятливих факторів для розведення овець у степовій зоні можна віднести наявність великих площ сільськогосподарських угідь, тривалий період пасовищного утримання – до 10 місяців, наявність великої кількості відходів від переробки

продукції рослинництва, дешевші концентровані корми; до несприятливих – високий ступінь розораності земель, віддаленість та розкиданість природних кормових угідь по території, відсутність прогонів до них, короткий період зеленого травостою (у місяці трава вже висихає). Перспективою в цьому регіоні є інтенсивне промислове виробництво ягнятини з використанням м'ясних генотипів і орних зрошувальних земель для виробництва високоякісних кормів і створення культурних пасовищ для основного поголів'я овець [134, с. 136].

Виходячи з особливостей областей України, ми пропонуємо розведення породи овець, які доцільно використовувати для ведення господарської діяльності фермерами, що краще можуть адаптуватися до природно-кліматичних умов регіонів:

- 1) асканійські тонкорунні породи (племзаводи «Червоний чабан» і «Асканія-Нова» Херсонської та «Атманайський» Запорізької областей);
- 2) асканійські кросбреди племзаводи («Асканія-Нова» і «Маркеєво» в Херсонській області);
- 3) асканійські чорноголові породи (племзавод «Асканія-Нова» Херсонської області);
- 4) романовські породи (яких можна зустріти у фермі і садибі «Зелений Дуб» у господарстві ПП «Кардаш» Рівненської області);
- 5) породи прекосів (племзаводи «Іллічівка», «Степок», «Чувиріно», що на Харківщині);
- 6) каракульські породи (племзавод «Маркеєво» в Херсонській області);
- 7) сокільські породи (племзавод «Сокільський» Полтавської області);
- 8) цигайські породи (основний племзавод – ім. Рози Люксембург в Донецькій області);
- 9) українська гірськокарпатська (племінні господарства і ферми: «Нове життя», «Карпати», «Перлина гуцульщини», «Баржава» т. ін. Закарпатської області).

Таблиця 3.3

## Характеристика овець за їх продуктивністю

Породи овець	Характеристика овець						
	Жива маса, кг		Настриг чистої вовни, кг		Молочність маток	Жива маса	
	баранів-плідників	вівцематок	баранів-плідників	вівцематок		ягнят при відлученні від маток у 4 міс., кг	молодняку у річному віці від дорослих тварин, %
<b>Асканійська тонкорунна</b>	115-125	55-65	8-10	3-3,5	за 120 днів лактації 100-160 кг	27-29	70-75
<b>Прекос</b>	120-130	60-70	6-8	2,5-2,8	за 120 днів лактації 60-85кг	30-32	75-80
<b>Цигайська</b>	110-120	55-65	6-8	4-5	за 120 днів лактації 75-120 кг	28-30	70-75
<b>Асканійський кросберд</b>	120-130	65-75	8-11	4-6	за 120 днів лактації 150-160 кг	31-34	85-90
<b>Каракульська</b>	90-100	55-60	3-4	2,5-2,6	за 120 днів лактації 40-60кг	28-33	85-90
<b>Сокільська</b>	60-65	40-45	3,5-4	2-3	за 120 днів лактації 60-75кг	20-25	40-45
<b>Українська гірськокарпатська</b>	55-65	35-40	4-5	2,7-3,8	за 100 днів лактації 92-105 кг	20-25	40-45
<b>Асканійська чорноголова</b>	131,5	71,6	5-6	3-4	за 120 днів лактації 135-141 кг	39,8	75-80
<b>Романовська</b>	65-90	45-50	2,5-3	1,2-1,5	за 120 днів лактації 140-150 кг	30-35	80-90

Джерело: власні дослідження за даними [159, 160, 161].

Кожна порода овець виділяється своєю продуктивністю і пристосованістю до середовища, в якому вона знаходиться (табл. 3.3).

Більш детально розміщення запропонованих порід овець за природно-кліматичними зонами можна розглянути за даними у таблиці 3.4.

Таблиця 3.4

**Розміщення порід овець за природно-кліматичними зонами в Україні**

Області	Породи овець								
	Асканійська тонкорунна	Асканійські кросбреди	Асканійські чорноголові	Романівські	Прекос	Каракульські	Сокільська	Цигайська	Українська гірськокарпатська
<b>Степ</b>									
Дніпропетровська	+	+	-	+	-	-	+	-	-
Луганська	+	-	-	-	-	-	-	-	-
Донецька	-	-	-	-	-	-	+	+	-
Запорізька	+	-	-	-	-	-	-	+	-
Херсонська	+	+	+	+	-	-	-	+	-
Миколаївська	+	-	-	+	-	-	-	-	-
Одеська	-	+	-	+	-	+	-	+	-
Кіровоградська	+	-	-	+	-	-	-	-	-
<b>Лісостеп</b>									
Тернопільська	-	-	-	-	+	-	-	-	-
Хмельницька	-	-	-	-	+	-	-	-	-
Вінницька	-	-	-	+	+	-	-	-	-
Чернівецька	-	+	+	+	+	+	-	+	+
Київська	-	-	-	+	+	-	-	-	-
Черкаська	-	-	-	+	+	-	-	-	-
Полтавська	-	-	-	+	+	-	+	-	-
Харківська	-	+	-	+	+	-	+	-	-
Сумська	-	+	-	+	+	-	-	-	-
<b>Полісся</b>									
Волинська	-	+	-	+	+	-	-	-	-
Рівненська	-	+	-	+	+	-	-	-	-
Житомирська	-	+	-	+	+	-	-	-	-
Чернігівська	-	+	-	-	+	-	-	-	-
<b>Карпати</b>									
Закарпатська	-	+	-	+	-	-	-	-	+
Івано-Франківська	-	+	-	+	-	-	-	-	+
Львівська	-	+	-	+	-	-	-	-	+

Джерело: власні дослідження.

Дані таблиці 3.4 пропонують, що асканійську тонкорунну породу слід розводити у Степовій зоні; асканійські кросбреди підходять для умов Полісся і Карпат і частково до деяких областей Степу і Лісостепу; асканійські чорноголові породи розводити в зоні Степу (Херсонська область) та в зоні Лісостепу (Чернівецька область); романівські породи можуть адаптуватися до всіх зон, сформованих нами; порода прекоси більше підходять до природно-кліматичних умов Лісостепу та Полісся; каракульські породи розводити в зоні Степу (Одеська область) та Лісостепу (Чернівецька область); сокільську породу слід розводити в зоні Степу (Дніпропетровська та Луганська області) і в Лісостепу (Харківській та Полтавській області); цигайські породи більш пристосовані до зони Степу; українську гірськокарпатську породу розводити в зоні Карпат.

Науково-технічний прогрес в галузі вівчарства забезпечить збільшення продуктивності овець; виведення нових продуктивних порід овець для відтворення структури стада; розробку ефективної системи кормовиробництва; удосконалення технології виробництва всіх видів продукції вівчарства; побудову сучасних приміщень для утримання овець.

Інститут тваринництва степових районів імені М. Ф. Іванова «Асканія-Нова» – Національний науковий селекційно-генетичний центр з вівчарства упродовж тривалого періоду здійснює наукове забезпечення ведення галузі, створюючи нові та вдосконалюючи існуючі генотипи овець. В останні роки інститутом розроблено та запропоновано виробництву ряд таких розробок:

— методологію ефективної оцінки племінних овець за комплексом молекулярно-генетичних маркерів, яка включає: типування за антигенними факторами шести генетичних систем груп крові та типами поліморфних білкових локусів; оцінку генетичних варіацій у досліджених групах на основі обліку кількості та різноманітності алелів і генотипів; оцінку рівня генетичної консолідації популяцій за імуногенетичними та біохімічними системами; визначення генетичної диференціації різних структурних внутрішньопорідних

елементів; моніторинг динаміки генетичної інформації та мікроеволюційних змін під впливом специфіки селекційної роботи;

— методологію оцінки племінної цінності тварин та визначення генетичних змін в популяціях овець різних напрямів продуктивності півдня України, яка включає: методику оцінки баранів за якістю потомства; методику оцінки генетичних змін в популяціях овець різних напрямів продуктивності; лінійну модель оцінки племінної цінності овець за комплексом селекційних ознак;

— спосіб корекції спермопродуктивності баранів-плідників в анестральний період на основі застосування тканинного препарату з овечої плаценти, який покращує стійкість сперми до охолодження до субнульових температур та наступного заморожування, розроблено двохетапну схему розведення та ефективні розбавлювачі сперми баранів-плідників для кріоконсервації сперми у пайєтах, які сприяють збереженню активності сперміїв;

— технологічний спосіб підвищення якості овечого молока, що базується на використанні полину та застосуванні машинного доїння овець;

— схему технологічного модуля для машинного доїння вівцематок і переробки молока у розсільні формовані сири, яка включає: новостворену установку для доїння овець лінійного типу; накопичувач для тимчасового утримання овець з технологічними параметрами і вимогами; технологічне устаткування для переробки щоденно отриманого молока;

— агротехнічні прийоми створення агроценозів для виробництва і заготівлі соковитих, грубих і концентрованих кормів за рахунок включення до складу травостоїв посухостійких кормових культур та багаторічних трав степового екотипу;

— метод підвищення біотрансформації кормів шляхом оптимізації ліпідного живлення овець, суть якого полягає у збільшенні рівня сирого жиру та лінолевої кислоти до 3,8 та 1,2 % у сухій речовині раціону за рахунок

включення ліпідних кормових добавок до складу комбікорму для годівлі вівцематок в період лактації та ремонтних ярок;

— метод підвищення біоконверсії корму у продукцію вівчарства, суть якого полягає у використанні уточнених норм біогенних мінеральних елементів (сірки, цинку, кобальту, йоду) у раціонах молодняку овець на відгодівлі;

— метод підвищення трансформації кормів у продукцію вівчарства, який ґрунтується на корекції вмісту незамінних амінокислот лізину та метіоніну з цистіном у раціонах вівцематок в період лактації та ягнят в період підсису [136, с. 15].

Враховуючи сучасний стан розвитку галузі вівчарства, можна визначити пріоритетні напрями наукового забезпечення галузі, серед яких створення генотипів м'ясо-вовнового і молочно-смушкового типу тварин з високими продуктивними та відтворювальними якостями, пристосованістю до конкретних кліматичних та виробничих умов, а також масивів мериносових овець з надтонкою (19–21 мкм) вовною, конкурентоспроможною на світовому ринку; збереження генофонду зникаючих та малочисельних порід овець (сокільської, асканійської каракульської, української гірськокарпатської); розробка методології племінної цінності овець різних напрямів продуктивності; впровадження новітніх сучасних промислових технологій утримання і відгодівлі овець для виробництва ягнятини.

При такому стані речей сьогодні на порядок денний постає питання селекційно-технологічного і організаційного забезпечення створення в Україні м'ясного вівчарства. Вирішення цієї проблеми потребує реалізації наступних заходів: створення чистопородних стад імпортованих овець та їх акліматизація до умов різних регіонів країни з метою використання для промислового схрещування; створення нових зональних типів м'ясного напрямку продуктивності із використанням для відтворювального схрещування імпортованих спеціалізованих м'ясних порід; вдосконалення існуючих в Україні м'ясо-вовнових порід і типів методом чистопородної селекції; здійснення комплексу селекційно-біотехнологічних прийомів підвищення багатоплідності

вітчизняних популяцій м'ясних овець; запровадження індустріальних технологій виробництва баранини [136, с. 11].

Збільшення виробництва, покращення та підвищення якості продукції вівчарства неможливе без проектування і будівництва сучасних, модульних вівчарських ферм по розведенню і переробці її продукції. Важливо дотримуватись усіх технологічних вимог та нормативних параметрів утримання овець у побудованих вівчарських фермах, а саме: приміщення для овець повинні бути просторими, теплими, світлими, сухими; зручними для роботи в них працюючого персоналу; зручними для догляду та утримання овець; оснащеними новітніми технологіями з виробництва і переробки продукції вівчарства, складами для зберігання кормів та інвентаря; забезпечені вигульно-годівельними майданчиками.

Тому для ефективного виробництва продукції вівчарства фермерам потрібно будувати (проектувати) модульні вівчарські ферми з утримання овець оснащеними цехами з виробництва молока, сирів, м'яса, вовни, а також, виходячи з фінансових можливостей фермера, як додатковий заробіток – модульні ферми з виробництва кормів.

Побудована модульна ферма для утримання овець має ряд переваг, зокрема: застосування сучасних новітніх технологій годівлі, напування та гнойовивезення; досягнення рівня рентабельності виробництва 35–40 % і в 1,5–2 рази зниження рівня витрат праці; поліпшення санітарно-гігієнічних умов, що сприятливо позначається на продуктивності овець і веде до отримання фермером більшого прибутку; малий термін будівництва та відсутність необхідності капітального ремонту будівель звичайних ферм, які вимагають великих фінансових витрат; підвищена надійність будівель при будь-яких погодних умовах; ефективне використання землі; ефективне використання фізичної праці; екологічно безпечне виробництво овечої високоякісної продукції з мінімальними витратами трудових і матеріальних ресурсів; конкурентоспроможна овеча продукція як на внутрішньому, так і на



зовнішньому ринку; виробництво продукції вівчарства згідно європейських стандартів.

Модульні ферми є альтернативою для застарілих (використаних приміщень) будівель для утримання овець. Вівцеферми, які використовують зараз, мають ряд недоліків: високі витрати праці через низький рівень механізації на фермах; погані санітарно-гігієнічні умови утримання овець; високий відсоток падежу тварин через постійні стреси; проблема реалізації готової продукції.

Крім того, зведення капітальної будівлі пов'язано з рядом труднощів і незручностей, таких як використання важкої техніки; втрати будівельних матеріалів при транспортуванні; тривалий термін будівництва і сезонність робіт; необхідність вивезення будівельного сміття з майданчика.

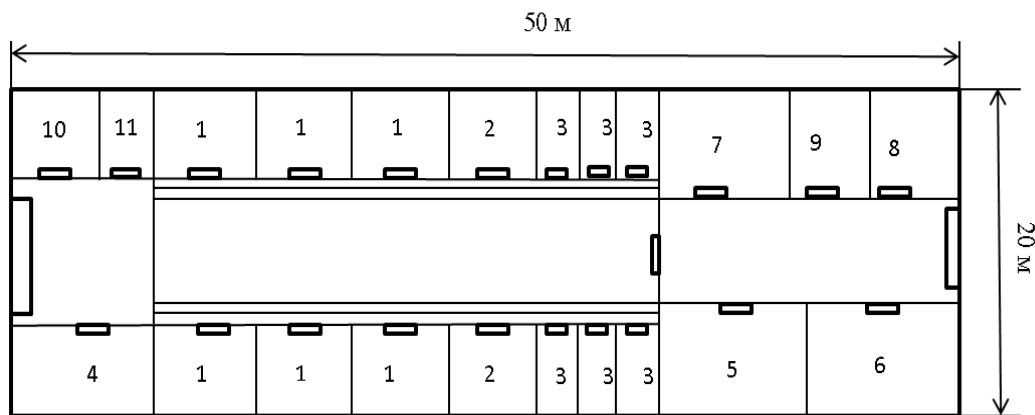
Модульна ферма позбавлена цих недоліків, так як:

- будівництво ферми і монтаж обладнання здійснюються на заводі виробника, а не на території господарства, що підвищує надійність і якість збірки;
- відсутність необхідності проведення будівельних робіт на місці експлуатації ферми підвищує її санітарно-гігієнічні показники;
- витрати при транспортуванні і монтажі зведені до мінімуму;
- термін здачі модульної будівлі в експлуатацію становить від 15 до 30 днів залежно від призначення ферми і її розміру;
- мобільність модульних будівель дозволяє перемістити підприємство на нове місце розташування, виходячи з міркувань доцільності ведення бізнесу в тому чи іншому регіоні.

Звичайно, побудова модульних овечих ферм потребує чималих коштів, і виробник не в змозі самотужки такий проект профінансувати, адже 1 м<sup>2</sup> вівчарні при його забудові коштує 1500 грн. [162]. Запропонована нами модульна ферма на 600 голів овець з площею 1000 м<sup>2</sup> матиме вартість 1 500 000 грн. (рис. 3.1) і з врахуванням оснащення сучасним технічним

обладнанням у розмірі 1 367 814 грн. (додаток Г), що разом становитиме 2 867 814 грн.

Виходячи з плану і ємності запропонованої модульної ферми, в подальшому «Проект з виробництва продукція вівчарства» (рис. 3.1) і дотримуючись усіх відповідних правил годівлі та утримання овець романівської породи, ми можемо очікувати позитивну динаміку збільшення поголів'я овець, що дасть можливість наростити виробництво продукції вівчарства та отримувати прибуток від її реалізації. Це в свою чергу дозволить сільськогосподарському підприємству чи фермерському господарству відродити галузь вівчарства і окупити витрачені кошти на закупівлю маточного поголів'я овець та будівництво ферми (додаток Д).



**Умовні позначення:** 1–приміщення для утримання вівцематок з ягнятами 2–приміщення для вирощування й відгодівлі ярок і молодняку на м'ясо; 3–приміщення для утримання баранів-плідників; 4–доїльний цех; 5–забійний цех; 6–холодильна кімната; 7–сироварня; 8–кімната для персоналу; 9–ветеринарний пункт; 10–стригальня; 11–склад для зберігання вовни.

Рис. 3.1. План побудови модульної вівчарської ферми на 600 голів овець  
Джерело: власні дослідження.

Для реалізації даного «Проекту з виробництва продукція вівчарства» необхідно виконати заходи, які доцільно розділити на декілька етапів.

Першим етапом є закупівля вівцематок у кількості 90 голів живою масою 1 голови, яка становить 45-50 кг за постачальницькою ціною 25 грн./кг. Вартість придбаних маток становитиме 101,2–112,5 тис. грн., а в середньому

закупівельна вартість становитиме 106,8 тис. грн. Крім того, для відтворення стада необхідно закупити 10 баранів-плідників живою масою 65-90 кг із розрахунком 1:9 голів вівцематок за ціною 30 грн./кг., вартість яких становитиме 19,5–27,0 тис. грн., а середня вартість складатиме 23,2 тис. грн. (рис. 3.2).

Враховуючи вихід приплоду на 100 вівцематок 250 ягнят та падіж ягнят, порахуємо ягніння вівцематок з ймовірністю 1,5 овець на 1 голову вівцематки та з розподілом овець за ягнінням 60 % – ярки і 40 % – барани. У такому випадку від 90 вівцематок отримаємо при наших розрахунках за 145 діб 135, ягнят з яких 81 ярки і 54 барани.

У віці семи місяців особини романівської породи при правильному годуванні досягають ваги майже 35 кг, вже на восьмий місяць можна реалізувати 50 баранів за ціною 30 грн./кг за живу вагу та отримати 52,5 тис. грн. за продаж. Таким чином, у модульній фермі залишиться 171 вівцематка і 14 баранів-плідників для подальшого розвитку.

Від 171 вівцематки в подальшому паруванні отримаємо 256 овець, з яких 153 ярки і 103 – барани. У такому разі можна отримати 324 вівцематки і 50 баранів-плідників, а 67 баранів реалізуємо у живій вазі і отримаємо 70,3 тис. грн.

Від спарування 324 вівцематок отримаємо 486 овець, з яких 291 – ярки і 195 – барани.

За 3 роки розведення поголів'я овець в запропонованій модульній фермі на 600 гол. загалом може сягати до 860 голів. У такому випадку в модульній фермі потрібно залишити 550 вівцематок і 50 баранів плідників для подальшого розвитку, решта овець реалізувати у живій вазі. За вівцематок можна виручити (65 гол.  $\times$  60 кг  $\times$  25 грн.) 97,5 тис. грн., а за баранів – 195 гол.  $\times$  35 кг  $\times$  30 грн.) 204,7 тис. грн.

Від 550 вівцематок на четвертий рік розведення, можна отримати 825 овець, з яких 495 – ярки і 330 – барани. У такому разі для подальшого ягніння можна залишити 550 вівцематок і 50 баранів-плідників, а 50 баранів в

Виробничі цикли	Місяці	Календарні строки																													
		2015 рік									2016 рік						2017 рік												2018 рік		
		1	2..	5	6..	9	10	11	12	1	2..	6	7..	10	11	12	1	2	3	4	7..	10	11	12	1	2	3				
Кількість вівцематок		90									171								324												
Парування овець	1	90									171								324												
	2																														
	3																														
	4																														
Ягніння вівцематок	1			135								256								486											
	2																														
	3																														
Вирощування ягнят	4					135								256									486								
	5																														
Відгодівля молодняку	6							135								256									486						
	7																														
Реалізація Молодняку	8									50								67									260				

Умовні позначення:-  виробничі цикли;  - час перерв.

Рис. 3.2. Циклограма обороту поголів'я овець і вирощування ягнят за даними параметрами постановки маточного стада

Джерело: власні дослідження.

живій вазі 95 кг реалізувати і отримати 135,0 тис. грн., 280 баранів живою вагою 35 кг – 294,0 тис. грн., 495 вівцематок живою вагою 65 кг – 804,3 тис. грн.

Виходячи з розрахунків, можна прийти до висновку, що основною вимогою збільшення поголів'я овець від 100 голів до 600 і більше є правильне дотримання календарних строків передбачених виробничих циклів та визначеної структури стада. Ці умови передбачають такі нормативні показники:

- відбір вівцематок та баранів-плідників за якістю потомства;
- до місячного віку ягнята живляться тільки молоком матері, оскільки інші корми вони не перетравлюють;
- на другому місяці життя молока вівцематки для потреб організму ягнят уже недостатньо, потрібні поживні речовини інших кормів;
- до 4-місячного віку жива маса ягнят досягає 50–55 % живої маси дорослих тварин, а об'єм травного каналу залишається в 2-3 рази меншим;
- середньодобовий приріст живої маси може становити 200-250 г на голову на добу;
- при відлученні в 4-місячному віці жива маса ягняти має становити 28–30 кг і більше;
- вирощування молодняку після відлучення від маток до переведення в основне стадо овець;
- витрати кормів на одну голову вівці;
- нагул та відгодівля овець;
- бонітування овець за їх продуктивністю.

На другому етапі необхідно провести розрахунок витрат на запровадження «Проекту з виробництва продукції вівчарства», а саме, по-перше, слід поррахувати витрати на утримання однієї вівці за виробничий цикл та визначити її нормативну собівартість (жива маса 65 кг) (табл. 3.5).

Звідси можна визначити загальну кількість витрат на основне стадо, що дасть можливість поррахувати терміни окупності витрат на закупівлю овець

Таблиця 3.5

**Розрахунок витрат на утримання однієї вівці та нормативної собівартості  
(65 кг живої маси) за виробничий цикл**

<b>Статті витрат</b>	<b>Необхідна кількість потреб</b>	<b>Ціна за одиницю, грн.</b>	<b>Сума, грн.</b>
Оплата праці	1	х	450
Сухі корми, кг	120	1	120
Зернофуражні корми, кг	50	3,2	160
Витрати води, м <sup>3</sup>	40	10	400
Ветеринарні послуги, од.	2	40	80
Електроенергія, кВт	90	0,90	81
Пально-мастильні матеріали, л	3	30,0	90
Поточний ремонт	х	х	100
Амортизація	х	х	190
Інші витрати	х	х	100
<b>Всього витрат:</b>	<b>х</b>	<b>х</b>	<b>1651</b>
Витрати по реалізації овець	х	х	70
Повна собівартість	х	х	<b>1721</b>
Реалізаційна ціна 65 кг, грн.	х	30	<b>1950</b>
Прибуток від реалізації 65 кг, грн.	х	х	<b>229</b>

Джерело: власні дослідження.

романівської породи, так і терміни окупності модульної ферми «Проекту з виробництва продукції вівчарства».

Суттєві витрати пов'язані із закупівлею кормів та зернофуражу, оскільки цінові тенденції на ринку характеризуються зростаючим трендом. Проте годівля у зимово-стійловий період повинна бути збалансованою не лише сіном, але й зернофуражними культурами, оскільки недоліки годівлі впливають на продуктивність овець і здатність до відтворення. Витрати на утримання

Таблиця 3.6

## Терміни окупності модульної ферми «Проекту з виробництва продукції вівчарства», тис. грн

Показники	Роки									
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
<b>Всього витрат на утримання стада в т. ч.:</b>	<b>605,0</b>	<b>670,7</b>	<b>817,9</b>	<b>1080,6</b>	<b>1080,6</b>	<b>1098,6</b>	<b>1098,6</b>	<b>1108,0</b>	<b>1 108,0</b>	<b>1 111,5</b>
оплата праці	510,0	510,0	510,0	510,0	510,0	520,0	520,0	525,0	525,0	526,0
сухі корми	12,0	20,5	38,8	72,0	72,0	75,0	75,0	76,0	76,0	76,5
зернофуражні корми	16,0	25,6	51,8	96,0	96,0	97,0	97,0	98,0	98,0	98,5
вода	40,0	68,4	129,6	240,0	240,0	242,0	242,0	243,0	243,0	243,5
електроенергія	8,0	13,8	26,2	48,6	48,6	49,6	49,6	50,0	50,0	50,5
амортизація	19,0	32,4	61,5	114,0	114,0	115,0	115,0	116,0	116,0	116,5
<b>Виручка від реалізації в т. ч.:</b>	<b>62,5</b>	<b>86,5</b>	<b>345,2</b>	<b>1317,1</b>	<b>1317,5</b>	<b>1564,0</b>	<b>1564,0</b>	<b>1585,0</b>	<b>1 585,0</b>	<b>1 587,5</b>
овець в живій вазі 30-90 кг	52,5	70,3	302,2	1257,1	1257,1	1494,0	1494,0	1510,0	1 510,0	1 512,0
вовни	10,0	16,2	43,0	60,0	60,0	70,0	70,0	75,0	75,0	75,5
<b>Прибуток (збиток)</b>	<b>-542,5</b>	<b>-584,2</b>	<b>-472,7</b>	<b>236,5</b>	<b>236,9</b>	<b>465,4</b>	<b>465,4</b>	<b>477,0</b>	<b>477,0</b>	<b>476,0</b>
<b>Рентабельність, %</b>	<b>10,3</b>	<b>12,9</b>	<b>42,2</b>	<b>121,9</b>	<b>121,9</b>	<b>142,4</b>	<b>142,4</b>	<b>143,1</b>	<b>143,1</b>	<b>142,8</b>

Джерело: власні дослідження.

дорослого поголів'я і молодняку овець, а також на їх стрижку розподіляються між видами основної продукції (вовною, приростом живої маси, приплодом).

На собівартість приплоду ягнят в романівському вівчарстві відноситься 12 %, каракульському – 15, а в усіх інших напрямках – 10 % загальної суми на утримання овець основного стада. У підприємствах, де не створюються отари маточного стада і вівці всіх груп утримуються разом, на приплід відноситься частина (у зазначеному розмірі) загальної суми витрат.

Вартість модульної ферми «Проекту з виробництва продукції вівчарства» становить 2524,6 тис. грн. (табл. 3.6), яка складається з таких основних витрат: будівництва модульної ферми – 1500,0 тис. грн., технічного обладнання – 894,5 тис. грн. і витрат на закупівлю овець – 130,1 тис. грн.

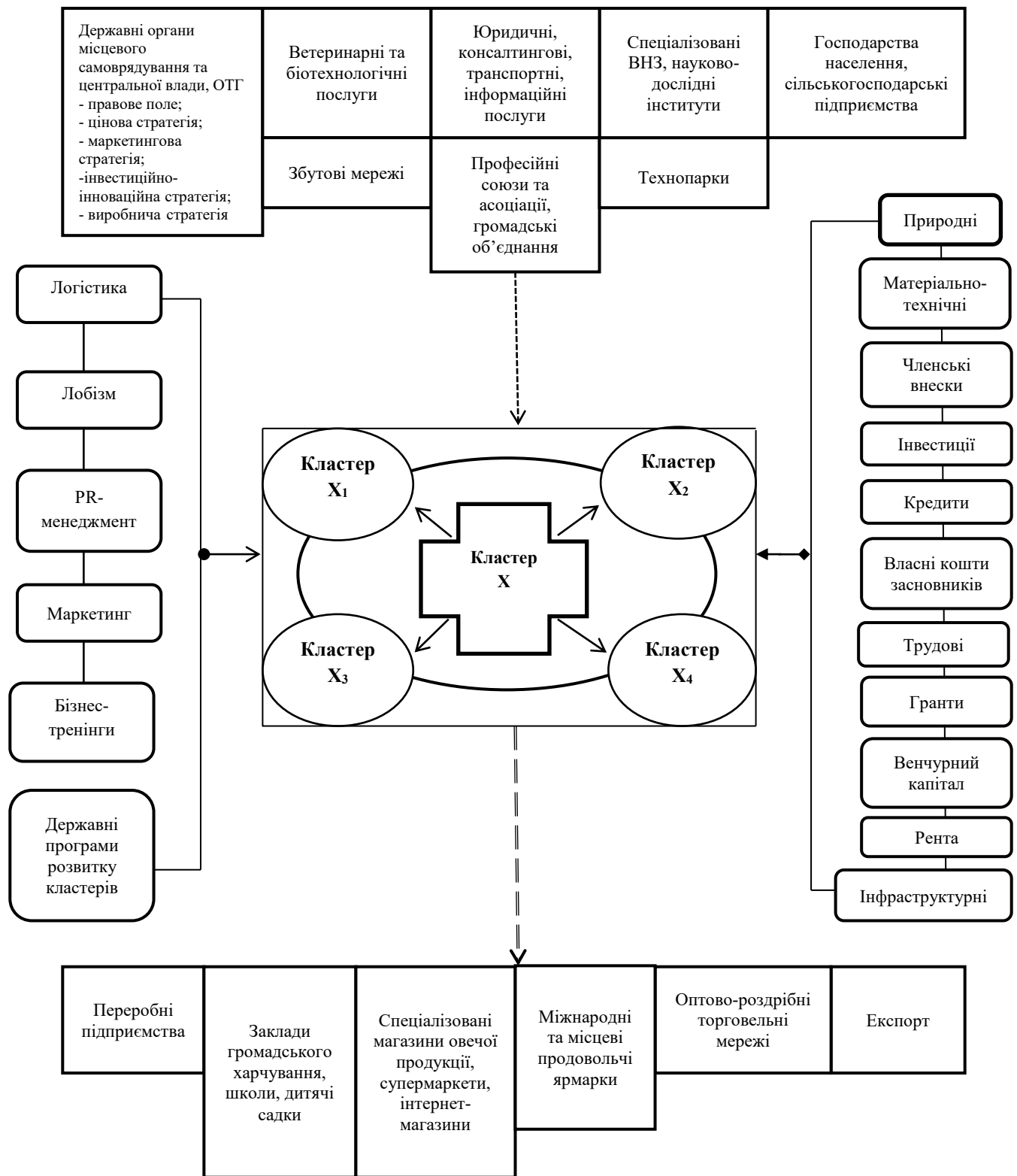
За нашими розрахунками, запропонований «Проект з виробництва продукції вівчарства» в результаті свого ефективного розвитку у 2018 році буде прибутковим (табл. 3.6), і, починаючи з цього ж року, за 6 років прибуток становитиме 2834,2 тис. грн., тобто 2024 року окупить загальну вартість модульної ферми 2524,6 тис. грн.

Такий термін окупності «Проекту з виробництва продукції вівчарства» дасть позитивний поштовх щодо відродження галузі вівчарства і зробить її інвестиційно привабливою як для українських товаровиробників всіх форм власності та господарств різного типу об'єднань, так і для закордонних.

Одним із об'єднань галузі вівчарства є перехід до кластеризації та створення вівчарських кластерних мереж у регіонах України, що дозволить вирішити низку проблем, насамперед підвищиться рівень конкурентоспроможності регіону та виробленої продукції, забезпечить робочими місцями населення регіону, збільшаться податкові надходження до бюджету, налагодиться ринок збуту, будуть впроваджуватися інноваційні підходи щодо виробництва тощо.

Тому, ми пропонуємо розробити кластерну модель галузево-територіальної організації виробництва продукції вівчарства за такими регіонами: Львівська, Закарпатська, Івано-Франківська і Чернівецька області





**Умовні позначення:** а) Кластер X – координаційний центр кластеру (м. Львів); б) кластер X1 – м'ясокомбінат (Закарпатська область); в) кластер X2 – молочний завод з виробництва молокопродуктів (сири, молоко, кефір тощо) (Чернівецька область); г) кластер X3 – завод з переробки вовни (Івано-Франківська область); д) кластер X4 – завод з кормовиробництва (Львівська, Закарпатська, Чернівецька, Івано-Франківська області); е) ●→ – просування продукції вівчарства на ринок; є) ◆→ – ресурси для створення і функціонування кластеру; ж) ---→ – партнери кластеру; з) ⇒→ – збут (реалізація продукції вівчарства).

**Рис. 3.3. Галузево-територіальна модель кластера з виробництва продукції вівчарства**

Джерело: власні дослідження.

(рис. 3.3), де станом за 2016 рік вищевказаних регіонах зосереджено у всіх категоріях господарств 162,3 тис. голів овець.

При ефективному функціонуванні кластеру така кількість овець може забезпечити сировиною створені нами осередки (філії) кластеру, що значно збільшить поголів'я у зв'язку з попитом на ринку продукції вівчарства(м'яса, молока, вовни і т. д.) і створить конкурентне поле між регіонами України в цілому.

Для подальшого розвитку кластера потрібно розширяти ринок збуту. На рисунку 3.4 умовними стрілочками позначено, в яких обласних центрах необхідно поступово відкривати магазини з продажу якісної овечої продукції (молоко, сири, м'ясо і т. д.).



Рис. 3.4. Реалізація продукції вівчарства через мережу спеціалізованих магазинів

Джерело: власні дослідження.

Наступним кроком, на нашу думку, необхідно підписання «транскордонних договорів», адже обрані нами регіони для створення кластера межують з п'ятьма країнами, а саме: Польща, Словаччина, Угорщина, Румунія та Молдова.

У сучасному світі транскордонне співробітництво на кластерних засадах стало важливим засобом соціально-економічного розвитку регіонів.

Формування мережі транскордонних логістичних кластерів на кордоні України з ЄС є важливим чинником інтеграції нашої держави у систему світогосподарських зв'язків, а також вагомим стимулом її європейської інтеграції на рівні окремих регіонів.

Партнерство між країнами у межах транскордонних кластерів може принести значні вигоди як бізнесу, так і національній економіці в цілому (табл. 3.7).

*Таблиця 3.7*

**Вигода від партнерства країн у межах транскордонних кластерів**

<b>Вигоди від партнерства:</b>
1.Зростання рівня досвіду, що забезпечує компанії більш глибокі відносини в їхніх ланцюгах постачання і потенціал міжфірмового навчання, досвіду та співробітництва.
2.Мобілізація місцевих ресурсів та їх ефективне використання з метою підвищення життєвого рівня населення прикордонних територій.
3.Здатність фірм реалізувати ефект масштабу завдяки більш широкій додатковій спеціалізації виробництва в межах кожної фірми, спільній закупівлі сировини для отримання оптових знижок, або спільному маркетингу.
4.Зміцнення суспільних та інших неформальних зв'язків, які призводять до створення нових ідей і нових підприємств.
5.Поліпшення інформаційної, підвищення інвестиційної привабливості.

Джерело: власні дослідження на основі [139, с.28].

Створення таких центрів у прикордонних областях Західної України забезпечуватиме підвищення сервісу вантажоперевезень і пасажиропотоків (у тому числі туристичних) відразу у трьох аспектах:

1) транскордонному (з прикордонних регіонів Польщі, Словаччини, Угорщини та Румунії в сусідні прикордонні області України);

2) внутрішньотериторіальному (у межах окремих областей України або між ними, особливо, якщо ці області входять до одного транскордонного регіону, наприклад: Львівською, Волинською та Закарпатською, Івано-Франківською та Чернівецькою в межах українсько-румунського транскордонного регіону);

3) локальному (в межах одного адміністративного району, тобто між його сільськими, міськими населеними пунктами, включаючи їхнє транспортне сполучення з районним центром) [138, с. 61].

В Україні кластерна форма організації транскордонного співробітництва ще не набула достатнього розвитку і поширення. Насамперед, відсутні досконалі інвестиційно-інноваційні механізми формування і функціонування кластерів, малоефективними є фінансові механізми державного регулювання їх діяльності. Це стосується, зокрема, цільового фінансування, прямої фінансової допомоги, надання субвенцій, субсидій тощо. Основні складові державної економічної політики – грошово-кредитна, податкова, амортизаційна, інвестиційна (особливо у сфері залучення іноземних інвестицій у прикордонні регіони) – ще недостатньо виконують функції стимуляторів регіонального розвитку. Існує ряд умов, які можуть як сприяти, так і перешкоджати розвитку транскордонних кластерів в Україні. Фахівці відносять до позитивних умов наступні: існування технологічної та наукової інфраструктур; психологічна готовність учасників кластерів до кооперації.

До стримуючих факторів для розвитку транскордонних кластерів відносяться (табл. 3.8).

*Таблиця 3.8*

### **Стримуючі фактори розвитку транскордонних кластерів**

<b>Фактори:</b>
1. Відсутність реальної державної підтримки розвитку кластерних систем в Україні.
2. Відсутність навичок партнерства у вітчизняних суб'єктів господарювання для збалансованого розвитку і формування спільних планів дій з іноземними партнерами.
3. Низький рівень інформованості учасників про методології становлення кластерів і про можливості міжсекторальної взаємодії на рівні територіальної громади.
4. Низька якість бізнес-клімату та управління бізнесом в Україні.
5. Відсутність орієнтації багатьох вітчизняних підприємств на міжнародний ринок.
6. Низький рівень розвитку асоціативних, коопераційних структур (торговельних палат, промислових асоціацій), які не справляються із завданням вироблення і просування пріоритетів та інтересів регіонального бізнесу.
7. Недостатній рівень планових рішень з територіального господарського розвитку.
8. Короткостроковий обрій планування – реальні вигоди від розвитку кластера з'являються тільки через 5-10 років. Цей факт примушує звернути увагу на питання про масштаб управління регіональним розвитком. Коли масштаб обмежений п'ятьма роками (виборчий цикл), то говорити про будь-яку довгострокову стратегію неможливо.

Джерело: власні дослідження на основі [140, с. 581].

Таким чином, кластер – це одна з форм об'єднання та взаємодії географічно локалізованих, пов'язаних між собою взаємодоповнюючих підприємств і організації, що кооперуються з метою взаємної підтримки і координації дій [146, с. 19].

І тому, виходячи з вищенаведеного, можна вказати переваги та недоліки запропонованої нами кластерної моделі (табл. 3.9).

Таблиця 3.9

**Переваги та недоліки функціонування кластерної моделі  
з виробництва продукції вівчарства**

<b>Переваги</b>	<b>Недоліки</b>
1) тісні взаємовідносини між учасниками кластеру при виробництві продукції вівчарства (спільне використання пасовищ, раціональне формування структури і чисельності стада, забезпечення кормами і т. д.);	1) відсутність реальної державної підтримки розвитку кластерних систем в Україні через недосконалість нормативно-правової і законодавчої бази;
2) учасники вступають у кластер на засадах довіри та спільно вирішують нагальні проблеми;	2) нерозвиненість кредитування розвитку тваринництва;
3) стабільність реалізації вівчарської продукції (м'ясо, молочні продукти, вовна тощо) за рахунок стійкості логістичних зв'язків між кластерами;	3) недостатнє розуміння ролі новітніх інноваційних технологій та можливостей кластеру;
4) інноваційне забезпечення за рахунок залучення науково-дослідних закладів та інститутів;	4) низька незацікавленість органів місцевого самоврядування до кластеризації регіону;
5) мобілізація внутрішніх грошових коштів та підвищення конкурентоспроможності за рахунок попиту і пропозиції продукції вівчарства;	5) нерозуміння і недовіра членів кластеру щодо вигод від збуту їхньої продукції;
6) створення інформаційної бази для споживачів-клієнтів щодо ринків збуту та постачальників кластеру;	6) відсутність додаткових інвестиційних ресурсів;
7) консультативна підтримка діяльності кластера;	7) відсутність навичок укладання партнерських угод з іноземними клієнтами;
8) створює додаткові робочі місця та ефективний розподіл праці між учасниками кластеру;	8) нечітка податкова політика.
9) удосконалення товарних властивостей вівчарської продукції, підвищення її рівня якості та надання їй товарного знаку;	
10) збільшує базу оподаткування та дозволяє розвиватись малому і середньому бізнесу;	
11) укладаються договори на міждержавному рівні, і зростає експортний потенціал.	

Джерело: власні дослідження.

### 3.2. Стратегія розвитку галузі вівчарства

У вівчарстві, як і в інших галузях тваринництва, потрібно формувати власну стратегію виробництва продукції, виходячи з інтересів внутрішнього та зовнішнього ринків. Сама стратегія повинна будуватись на основі науково-технічного прогресу для того щоб продукція вівчарства була конкурентоспроможною і якістю відповідала вимогам та стандартам продовольчого ринку.

Головною стратегією розвитку галузі повинна бути ефективна її експортна політика щодо збуту продукції вівчарства. На сьогодні український експорт переживає перехідний період у своїй діяльності. Зростаючі ціни на продукцію, низька заробітна плата населення призводять до зниження попиту, і як наслідок, низького доходу виробників та постачальників на внутрішньому ринку. Таким чином, необхідно шукати вихід на зовнішні ринки, що дасть змогу покращити ситуацію на внутрішньому.

Згідно з даними Національного Банку України, станом на 2016 рік обсяг валового зовнішнього боргу складає 113 млн. дол. США [148]. Тому рішенням даної ситуації є нарощення об'єму експорту. А саме не експортувати сировину для товарів (за результатами 2016 року частка продукції АПК, металургійної, хімічної промисловості та мінеральної сировини склала 70 % експорту), ціна на які щороку знижується, а намагатись виходити на міжнародні ринки вже з готовою продукцією, яка дійсно може принести більшу економічну вигоду державі.

На жаль, експорт не став джерелом фінансових надходжень для розвитку вівчарства через відсутність крупних господарств-виробників, здатних сформувати належні партії продукції. Тому вітчизняне вівчарство задовольняє якоюсь мірою лише потреби населення в основних видах продукції і не є повноцінним учасником ринку як об'єкт бізнесу.

Займатися вівчарством можливо, якщо виробники будуть мати відношення до розподілу прибутку від реалізації кінцевої продукції. Для цього

вони повинні мати необхідну інфраструктуру, а це доступно лише великим господарствам або виробничим об'єднанням, асоціаціям [136, с. 11].

Тільки при спільній діяльності усіх виробників продукції вівчарства можна досягнути бажаного результату щодо експорту.

Станом на 2016 рік значно зріс експорт (табл. 3.10) живих овець до країн Азії – майже у 9 разів. Поступово зменшувалися поставки до країн СНД, а 2016 року взагалі не експортували. До країн Європи експортували лише 2012 року у кількості 100 живих овець. У більшості випадків потреба у живих вівцях полягає в селекційно-племінній роботі даного господарства, яка купує овець, або у нових виведених продуктивних видах овець в Україні.

Стосовно імпорту (табл. 3.10), то бачимо з даних таблиці, що український імпортер більш стабільно купує живих овець з країн Європи, що зв'язано з високою продуктивністю імпортованих овець та спеціалізацією фермерського господарства на виробництво продукції чи то м'яса, сирів, вовни тощо. З країн СНД 2016 року не імпортовано живих овець взагалі, а з країн Азії придбано 59 тварин. Загалом спостерігається позитивна динаміка щодо експорту-імпорту з країнами Азії, де станом на 2016 рік Україна експортувала 5065 живих овець вагою 211340 кг вартістю 270,7 тис. дол. США.

Згідно з угодою ЄС Україна має квоту на експорт 1500 т м'яса в охолоджених напівтушках баранини, що в перерахунку на кількість овець в живій вазі становить майже 3000 т.

Експортна квота на продукцію вівчарства дасть змогу виробникам вийти на нові ринки збуту. Але для того, щоб реалізовувати м'ясо баранини в ЄС, потрібно:

- збільшити поголів'я овець м'ясної породи і обсяги її виробництва;
- забезпечити відповідно до стандартів ЄС утримання та забій овець, їх охолодження; пройти обов'язково сертифікацію та отримати ліцензію, яка дасть змогу вести бізнес.

І саме з таких причин квота, яка була надана Євросоюзом, взагалі не використовувалась виробниками.

Таблиця 3.10

**Експорт-імпорт живих овець Україною у країни СНД, Європи та Азії з 2010 – 2016 рр.**

Країни	Експорт													
	Роки													
	2010		2011		2012		2013		2014		2015		2016	
	шт./кг	вартість тис.дол. США	шт./кг	вартість тис.дол. США	шт./кг	вартість тис.дол. США	шт./кг	вартість тис.дол. США	шт./кг	вартість тис.дол. США	шт./кг	вартість тис.дол. США	шт./кг	вартість тис.дол. США
СНД	449/11280	40	42/2215	113,9	-	-	2652/119232	271,8	5032/216451	397,5	319/15720	26,6	-	-
Європа	-	-	-	-	100/4770	8,1	-	-	-	-	-	-	-	-
Азія	-	-	-	-	100/4770	8,1	1012/47874	117,5	1357/52622	97,4	588/23595	29,6	5065/211340	270,7
Імпорт														
Країни	шт./кг	вартість тис.дол. США	шт./кг	вартість тис.дол. США	шт./кг	вартість тис.дол. США	шт./кг	вартість тис.дол. США	шт./кг	вартість тис.дол. США	шт./кг	вартість тис.дол. США	шт./кг	вартість тис.дол. США
СНД	300/14500	96,8	775/41780	488,3	-	-	-	-	100/4875	2,5	27/578	2,0	-	-
Європа	300/14500	96,8	775/41780	488,3	1302/72173	551,8	780/36120	309,1	60/2760	24,7	27/578	2,0	183/4530	14,3
Азія	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	59/2360	3,1

Джерело: власні дослідження за даними [149].



Розглядаючи сільськогосподарський прогноз 2016 – 2026 рр. за даними ФАО (табл. 3.11), спостерігаємо, що за 10 років ситуація з експорту та імпорту не зміниться. Видно лише незначне збільшення виробництва та споживання м'яса баранини.

Таблиця 3.11

### Прогноз ефективності експорту та імпорту м'яса баранини в Україні

Показники	Роки					
	2016	2018	2020	2022	2024	2026
Виробництво, тис. т	19,03	19,67	20,44	21,18	21,97	22,81
Імпорт, тис. т	-	-	-	-	-	-
Споживання, тис. т	19,00	19,64	20,41	21,14	21,94	22,78
Експорт, тис. т	0,03	0,03	0,03	0,03	0,03	0,03
Торговельне сальдо, тис. т	0,03	0,03	0,03	0,03	0,03	0,03
Споживання на душу населення, кг	0,37	0,39	0,41	0,43	0,45	0,48

Джерело: власні дослідження за статистичними даними ФАО [151].

Вимірювання ефективності стало предметом надзвичайного інтересу, коли організації почали приділяти увагу підвищенню продуктивності своєї діяльності та конкурентоспроможності. Проблема вимірювання продуктивної ефективності галузі важлива як теоретично, так і практично для особи, яка приймає економічні рішення. Важливо емпірично перевіряти теоретичні висновки про відносну ефективність різних економічних систем, а також уміти проводити фактичні вимірювання ефективності [152, с. 38].

З метою врахування даних обставин визначається технічна ефективність за допомогою методу аналізу оболонки даних (DEA – data envelopment analysis), відповідно до якого передбачається дослідження зіставності фактичного виходу продукції з її максимально можливим виходом за заданого рівня витрачання ресурсів. При цьому підприємства, що досягнули максимального виходу продукції за таких умов, вважаються еталоном, порівняно з яким аналізуються всі інші підприємства сукупності [153, с. 178].

В останній час в зарубіжній практиці для оцінки рівня ефективності господарюючих суб'єктів застосовують метод DEA. Метод DEA дозволяє

отримати комплексну оцінку рівня ефективності господарюючого суб'єкта, що враховує вплив багатьох вхідних та вихідних факторів виробництва. Крім того, на відміну від традиційних методів оцінювання ефективності, методом DEA можливо визначати оптимальні значення ресурсних показників, що дозволять господарюючому суб'єкту досягати 100-відсоткової ефективності [154, с. 30].

Одним із методів оцінки рівня ефективності сільськогосподарських підприємств України є аналіз частинних коефіцієнтів виду:

$$k_e = \frac{Y}{X}, \quad (3.1)$$

де  $Y$  – показник результативності (outputs);

$X$  – показник витрат ресурсів (inputs).

Залежності від одиниць виміру показників  $Y$ ,  $X$  розрізняють: 1) технічну ефективність, якщо показники вимірюються в натурально-речовинних одиницях (продуктивність праці, трудомісткість продукції та ін.); 2) економічну ефективність, якщо показники вимірюються у вартісній формі (рентабельність продажів, інвестицій та ін.); 3) соціально-економічну ефективність, якщо показники відображають соціально-економічні умови діяльності та (або) наслідки реалізації заходів (рівень задоволеності умовами праці та ін.).

Для комплексної оцінки рівня ефективності суб'єктів, що мають декілька вхідних та вихідних параметрів застосовують, показник:

$$k_e = \frac{u_1 y_{1o} + u_2 y_{2o} + \dots + u_n y_{no}}{v_1 x_{1o} + v_2 x_{2o} + \dots + v_m x_{mo}}, \quad (3.2)$$

де  $o$  – індекс господарюючого суб'єкта, що оцінюється;

$y_{jo}$  ( $j = \overline{1, n}$ ),  $x_{io}$  ( $i = \overline{1, m}$ ) – вихідні та вхідні параметри;

$u_j, v_i$  – вагові коефіцієнти для вихідних та вхідних параметрів.

$$e = \frac{\sum_{j=1}^n u_j y_{jo}}{\sum_{i=1}^m v_i x_{io}} \rightarrow \max \quad (3.3)$$

$$\frac{\sum_{j=1}^n u_j y_{jk}}{\sum_{i=1}^m v_i x_{ik}} \leq 1, k = \overline{1, K} \quad (3.4)$$

$$u_j \geq 0, j = \overline{1, n}; v_i \geq 0, i = \overline{1, m}, \quad (3.5)$$

де  $e$  – вхідна технічна ефективність;

$n, m$  – кількість вихідних та вхідних параметрів;

$K$  – кількість господарюючих суб'єктів, що порівнюються;

$y_{jo}, x_{io}$  –  $j$ -й вихідний та  $i$ -й вхідний параметри господарюючого суб'єкта, що оцінюється;

$u_j, v_i$  – вагові коефіцієнти  $j$ -го вихідного та  $i$ -го вхідного параметрів;

$y_{jk}, x_{ik}$  –  $j$ -й вихідний та  $i$ -й вхідний параметри  $k$ -го господарюючого суб'єкта.

Результатом розв'язку задачі (3.3) – (3.5) є вагові коефіцієнти вхідних та вихідних параметрів, що забезпечують знаходження показника ефективності  $e$  в інтервалі від 0 до 1. При цьому оптимальне значення цільової функції (3) не залежить від одиниць виміру параметрів  $x_{ik}, y_{jk}$  за умови, що одиниці виміру для кожного  $k$ -го господарюючого суб'єкта співпадають.

Задача дрібно-лінійного програмування (3.3) – (3.5) може бути зведена до задачі лінійного програмування [5]:

$$\min_{E, \lambda_1, \lambda_2, \dots, \lambda_k} E \quad (3.6)$$

$$EX_0 \geq \sum_{k=1}^K \lambda_k X_k, Y_0 \leq \sum_{k=1}^K \lambda_k Y_k \quad (3.7)$$

$$\lambda_k \geq 0, k = \overline{1, K}, \quad (3.8)$$

де  $E$  – вхідна технічна ефективність;

$\lambda_k$  – коефіцієнти лінійної комбінації, що підлягають визначенню;

$X_0, Y_0$  – вектори вхідних та вихідних параметрів господарюючого суб'єкта, що оцінюється;

$X_k, Y_k$  – вектори вхідних та вихідних параметрів  $k$ -го господарюючого суб'єкта.

Модель (3.6) – (3.8) запропонована Чарнсом, Купером, Роудсом та отримала назву CRS – input. У моделі мінімізується множина вхідних параметрів при фіксованих вихідних параметрах.

Для запобігання виродженості розв'язку задачі (3.6) – (3.8) повинна виконуватися умова:

$$K \geq \max \{(m \times n); 3(m + n)\} \quad (3.9)$$

У моделі CRS робиться припущення про сталу віддачу від масштабу. Для врахування змінної віддачі від масштабу запропонована модель VRS, в якій до системи (3.7) – (3.8) додається обмеження:

$$\sum_{k=1}^K \lambda_k = 1 \quad (3.10)$$

Ефективність, що визначена за моделлю CRS, називають технічною ефективністю, а за моделлю VRS – чистою технічною ефективністю. Оскільки сільськогосподарське виробництво характеризується змінною використовувати модель VRS [155]. Для визначення за методом DEA ефективності виробництва продукції вівчарства нами підібрано вхідні та вихідні параметри для складання моделі VRS – input (табл. 3.12):

1) Вхідні параметри: поголів'я овець, тис. голів; виробнича собівартість, тис. грн.

2) Вихідні параметри: виробництво м'яса баранини та козлятини, тис. т; виробництво овечого молока, тис. т; виробництво вовни, т.

Для визначення рівня ефективності ( $\lambda$ ) виробництва продукції вівчарства була використана запропонована формула (3.9), яка показує, що параметри видів підприємств  $K = 2$ , а кількість вхідних та вихідних моделі  $m + n = 2 + 3 = 5$ . Це засвідчує про виконання умови невиврожденості. За допомогою програми Microsoft Excel через функцію «СУММПРОИЗВ» нами визначено, що рівень ефективності виробництва продукції вівчарства в сільськогосподарських підприємствах становить 71 %, а у господарствах населення – 90 %.

Таблиця 3.12

**Вхідні та вихідні параметри для розрахунку за методом DEA відносної ефективності  
виробництва продукції вівчарства сільськогосподарськими підприємствами і  
господарствами населення в Україні 2016 року**

Види підприємств (К)	Вхідні параметри (m)		Вихідні параметри (n)			Рівень ефективності ( $\lambda$ )
	поголів'я овець, тис. голів (вхід 1)	виробнича собівартість, тис. грн. (вхід 2)	виробництво м'яса баранини та козлятини, тис. т (вихід 1)	виробництво овечого молока, тис. т (вихід 2)	виробництво вовни, т (вихід 3)	
Сільськогосподарські підприємства	181,4	15957,3	0,6	0,2	266	0,71
Господарства населення	562,5	49488,8	12,8	16,8	1767	0,90

Джерело: власні дослідження.

Розрахувавши вказані параметри (табл. 3.12) за допомогою програми Microsoft Excel через функцію «СУММПРОИЗВ», внесемо результати розрахунків показників до таблиці 3.13.

*Таблиця 3.13*

**Результати розрахунків за методом DEA вхідних і вихідних параметрів  
за використання моделі CRS та VRS виробництва продукції вівчарства  
України 2016 року**

Параметри	CRS	Нормативні позначення	VRS
<b>Вхід 1</b>	15646,4	<=	20647,6
<b>Вхід 2</b>	177,9	<=	234,7
<b>Вихід 1</b>	1,6	>=	0,8
<b>Вихід 2</b>	1,6	>=	0,3
<b>Вихід 3</b>	344,2	>=	344,2
$\sum \lambda$	6,0	=	1,0

Джерело: власні дослідження.

За результатами розрахунків, у 2016 р. з (табл. 3.13) випливає, що нормативні показники відповідають 100-відсотковому ефективному виробництву продукції вівчарства, особливо це спостерігається у господарствах населення (90 %).

Для того, щоб розробити ефективну стратегію розвитку галузі вівчарства, доцільно оцінити сильні і слабкі сторони, сприятливі можливості і потенційні загрози стану галузі вівчарства за допомогою SWOT-аналізу (табл. 3.14).

SWOT-аналіз показав (табл. 3.14), що попри наявність слабких сторін та потенційних загроз галузь має достатньо переваг, серед яких: вікові традиції, селекційний потенціал, швидкі темпи відтворення поголів'я, близькість кордонів, можливість кооперації, вищі ціни на дієтичну ягнятину та сири з овечого молока, потужний генофонд, виробничі потужності, кормова база та трудовий потенціал галузі. Усі фактори можуть стати основою відродження галузі вівчарства [156, с. 103].

Таблиця 3.14

## Матриця SWOT-аналізу стану галузі вівчарства

<b>Сильні сторони:</b>	<b>Слабкі сторони (проблеми):</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>– вікові традиції в галузі вівчарства;</li> <li>– наявність племзаводів та племрепродукторів (наприклад НДІ «Асканія-Нова»);</li> <li>– наявність порід овець різних напрямів господарського використання, придатних для розведення в умовах України;</li> <li>– можливість швидкого відновлення та розвитку вівчарських підприємств (2-3 роки) завдяки високим темпам відтворення овець порівняно з іншими тваринами;</li> <li>– вівчарство може виступати додатковою галуззю, поєднуючись зі скотарством та зерновою галуззю, що сприяє ефективному використанню землі;</li> <li>– сприятливі природно-кліматичні умови, географічне положення, близькість до кордонів;</li> <li>– галузь вівчарства виступає важливим джерелом постачання споживчих продуктів харчування для населення і водночас, забезпечує ринок та підприємства цінною сировиною.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– відсутність на вітчизняному ринку продуктивних тварин високої генетики (з 1229 порід овець світу придатними для молочного виробництва є 100 високопродуктивних порід овець);</li> <li>– недостатньо розвинений попит на баранину та продукти з овечого молока;</li> <li>– недостатній розвиток вітчизняної галузі кормовиробництва;</li> <li>– збитковість виробництва вовни та живої ваги овець;</li> <li>– значний рівень зносу основних фондів;</li> <li>– низький рівень забезпечення вівчарень новітнім технічним обладнанням.</li> </ul>
<b>Сприятливі можливості:</b>	<b>Потенційні загрози:</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>– можливість кооперації вівчарських підприємств із текстильними;</li> <li>– незадоволена вітчизняна потреба у м'ясі;</li> <li>– розвиток культури споживання баранини;</li> <li>– незайнята ніша ринку овечого молока і продуктів його переробки;</li> <li>– вища ціна на сири з овечого молока, ніж на сири з коров'ячого;</li> <li>– формування попиту на овітерапію (лікування вівцями: харчування, практичне застосування речей із вовни, біоенергетика);</li> <li>– надання ЄС квоти на 1500 т експорту м'яса баранини Україною.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– скрутне становище вітчизняних вовняних текстильних підприємств (наприклад, ПрАТ «Суми-камволь», ПрАТ «Глухівська суконна фабрика» та ін.);</li> <li>– зменшення попиту на одяг з овечого хутра через низькі доходи громадян та наявність дешевого імпорту;</li> <li>– зміна модних тенденцій на користь одягу із сучасних синтетичних матеріалів, що є легшими, ніж хутро;</li> <li>– відсутність державної підтримки галузі вівчарства та ін.;</li> <li>– скорочення поголів'я овець.</li> </ul>

Джерело: адаптовано та доповнено автором [156, с. 104].

Відродження галузі вівчарства можна досягнути при ефективній обраній стратегії. Для того, щоб стратегія розвитку вівчарства діяла, і виробництво

продукції вівчарства мало великий попит на внутрішньому і зовнішньому ринках, пропонуємо такі аспекти покращення галузі:

1) запровадити спеціальну програму фінансування вівчарських господарств, незалежно від форм господарювання та розмірів ферм, щодо збільшення поголів'я овець з метою забезпечення розширеного відтворення стада;

2) поживавити стрімкий зріст державних замовлень продукції вівчарства, особливо на вовну;

3) відрегулювати цінову політику та встановити єдині ціни на вироблену продукцію вівчарства;

4) створити на державному рівні ринки збуту продукції вівчарства;

5) спростити на законодавчому рівні експорт та імпорт продукції вівчарства;

6) вести ефективну політику кластеризації виробників продукції вівчарства з удосконаленням партнерських взаємовідносин між ними;

7) побудувати сучасні (модульні) оптимальні за розмірами приміщення, обладнані новітніми засобами комплексної механізації, автоматизації виробничих процесів з утримання овець, із застосуванням у виробництві досягнень науково-технічного прогресу;

8) запровадити програму пільгового кредитування вівчарських господарств;

9) удосконалити та полегшити систему стандартизації та сертифікації продукції вівчарства;

10) забезпечити міцною кормовою базою фермерські господарства з поліпшенням якості і кількості кормів та розширити пасовища;

11) забезпечити сервісним обслуговуванням вівчарства у кожному населеному пункті, побудувавши нові заклади ветеринарного обстеження тварин;

12) знизити вартість ветеринарно-діагностичних досліджень для контролю якості сировини і продукції вівчарства;



- 13) інтенсивний пошук нових ринків збуту продукції вівчарства;
- 14) через державні програми розвитку вівчарства в Україні зацікавити зарубіжних інвесторів вкладати кошти у виробництво продукції вівчарства;
- 15) широке застосування промислового схрещування овець для одержання помісних ягнят, їх інтенсивну відгодівлю і реалізацію на м'ясо у ранньому віці для збільшення виробництва молоді баранини (бройлерів), яка користується підвищеним попитом на внутрішньому та зовнішньому ринках;
- 16) відновлення і вдосконалення селекційно-племінної роботи з урахуванням регіональних умов щодо збереження наявних та створення нових високопродуктивних порід, типів, ліній;
- 17) формування спеціалізованих сільськогосподарських підприємств із бройлерного виробництва м'яса овець, вовни, овчини;
- 18) організація вівцеферм на 10-50 вівцематок в особистих селянських господарствах, 50-250 – у фермерських господарствах та 250-1000 вівцематок – у сільгосппідприємствах;
- 19) дотримання науково обґрунтованих норм годівлі;
- 20) підвищення рівня товарності вовни, який в особистих селянських господарствах нині складає лише 20 %;
- 21) запровадження нових ресурсозберігаючих технологій виробництва і переробки продукції галузі та вирощування кормів;
- 22) вдосконалення технологій виробництва і переробки овечого молока на бринзу, сири, їх фасування та збут;
- 23) відновлення функціонування підприємств з первинної переробки продукції вівчарства;
- 24) формування інфраструктури ринку продукції вівчарства, зокрема створення сільськогосподарських обслуговуючих кооперативів із заготівлі, обробки та збуту продукції [157, с.74].

### **3.3. Інвестиційно-інноваційне забезпечення розвитку галузі вівчарства**

На сучасному етапі становлення економіки України необхідною передумовою розвитку фермерських господарств і сільськогосподарських підприємств є його інвестиційно-інноваційне забезпечення.

Підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств, фермерських господарств та виробленої ними продукції з метою подолання економічного, технологічного відставання від розвинутих країн світу, неможливі без залучення інвестицій в їх інноваційний розвиток.

Інвестиції є головним джерелом забезпечення господарств модернізованим технічним обладнанням, формуванням виробничого циклу і слугує основним фінансовим механізмом реалізації поставлених ним цілей й завдань. За ефективної інвестиційної діяльності залежить і підвищення інноваційного потенціалу господарств. Досягнення позитивного результату від інвестиційно-інноваційного забезпечення господарств найбільшою мірою залежить від соціально-економічної та політичної стабільності в країні.

Формування галузі вівчарства в Україні потребує розв'язання низки проблем, пов'язаних з переходом більшості підприємств, фермерських господарств на інвестиційно-інноваційний шлях розвитку, спрямований на виробництво і реалізацію конкурентоспроможної продукції. Тому наявність в Україні галузевої диференціації підприємств та фермерських господарств в їх інвестиційно-інноваційному розвитку спричинили неоднаковість інноваційного потенціалу галузей, між ними спостерігається великий діапазон відмінностей, що зумовлює додаткові труднощі у ринкових відносинах підприємств тієї чи іншої галузі АПК.

Слід зазначити, що на сьогоднішній день формування структури інвестиційно-інноваційної системи на міжгалузевому та галузевому рівнях відбувається без врахування пріоритетності розвитку галузей АПК та з високим

рівнем системної дезорганізації, що негативно впливає на стан розвитку інновацій у тваринництві.

Виняткового значення інвестиційно-інноваційного забезпечення набуває галузь вівчарства, тому що, враховуючи, той кризовий стан, в якому вона знаходиться, що зумовлено з скороченням поголів'я овець, земельних угідь, пасовищ, кормів і зношеністю старих будівель та обладнань, які потребують реконструкції і оновлення потрібно залучати інвестиції, що, в свою чергу, істотно вплине на інноваційний процес оснащення вівчарень, освоєння нових технологій селекційно-племінної роботи, зміцнення виробничого потенціалу фермерського господарства в цілому.

Основним чинником залучення інвестиційного капіталу виступає отримання оптимального результату від фінансування. Тому необхідно враховувати вплив факторів, які можуть призвести до їх зміни. Нами виділено такі фактори, які безпосередньо впливають на інвестиційно-інноваційну діяльність у вівчарстві (рис. 3.5).



Рис. 3.5. Основні фактори впливу на інвестиційно-інноваційне забезпечення розвитку галузі вівчарства

Джерело: власні дослідження.

Ефективне інвестування в інновації здійснює певний вплив як на економічний розвиток підприємств, фермерських господарств, так і сприяє покращенню продовольчої безпеки країни. Запровадження інновацій у галузь вівчарства залежить від інвестиційного середовища, в якому вона опинилась.

Тому інвестиційні та інноваційні процеси слід розглядати як одне ціле, а не окремо, що дозволяє нам стверджувати про необхідність побудови інноваційно-інвестиційної моделі розвитку галузі вівчарства, яка б складалася з трьох взаємопов'язаних та взаємодіючих блоків: інвестиції, інновації, спрямовані на вирішення управлінських рішень і реалізації стратегії фермерського господарства та державні програми підтримки галузі вівчарства.

Основними аспектами ефективного функціонування зазначеної інноваційно-інвестиційної моделі, на нашу думку, мають бути:

1. Залучення інвестицій у моделі повинно здійснюватися з урахуванням стратегічного завдання переходу вівчарства на інноваційний шлях розвитку, який передбачає модернізацію технологій виробництва з метою збільшення їх економічної результативності.

2. Об'єктами впливу при виконанні вимог інноваційних змін повинні стати іноземні інвестиції, приватні інвестиції, власні кошти господарств і державні дотації.

3. Інноваційна діяльність повинна стати умовою до обирання інвестиційних проектів розвитку вівчарства.

4. Використання додаткових державних програм повинно здійснюватися з метою фінансової та організаційної підтримки покращення науково-технічної діяльності господарства.

Успішне функціонування інвестиційно-інноваційної моделі можливе за умови забезпечення таких вимог:

— формування розмірів інвестицій, які можуть бути спрямовані на інновації, враховуючи ресурсний потенціал галузі вівчарства та обраного регіону;

- узгодженість необхідності залучення обсягів інвестицій для подальшого розвитку інновацій;
- планування стратегії досягнення очікуваного прибутку від залучення інвестицій в інновації з врахуванням потенційних;
- визначення оптимального періоду для модернізації господарства, що дасть змогу залучати інвесторів інноваційних змін.

Ефективне функціонування інвестиційно-інноваційної моделі покращить не тільки динаміку інвестиційних та інноваційних процесів, а й призведе до зміни механізмів, методів, критеріїв прийняття управлінських рішень в господарстві.

Запровадження інвестиційно-інноваційної моделі дозволить пропорційно вирішувати проблеми, що виникнуть при зміні інвестиційного забезпечення інноваційних процесів оновлення галузі вівчарства. Саме від успішного функціонування залежить ефективність впровадження пріоритетних напрямів інвестування з урахуванням інноваційної спрямованості, що є одним з головних критеріїв забезпечення економічного зростання галузі вівчарства.

Успіх побудованої нами моделі інвестиційно-інноваційного розвитку галузі вівчарства залежить, на нашу думку, від злагодженої роботи усіх складових елементів.

Розглянемо складові елементи інвестиційно-інноваційної моделі розвитку галузі вівчарства.

Запропонована нами інвестиційно-інноваційна модель галузі вівчарства (рис. 3.6) більшою мірою залежить від державної допомоги через впровадження програм розвитку і дотацій.

У Державному бюджеті-2016 передбачені кошти на спеціальну бюджетну дотацію за утримання наявного поголів'я овець [172].

Станом на 2016 рік державні дотації надано на часткове відшкодування вартості тварин, яка відбувається на безповоротній основі, і закуплена у період із жовтня попереднього року до жовтня поточного року у розмірі до 50 % вартості, що не становить більше як 2000 грн. за одну голову: за племінних

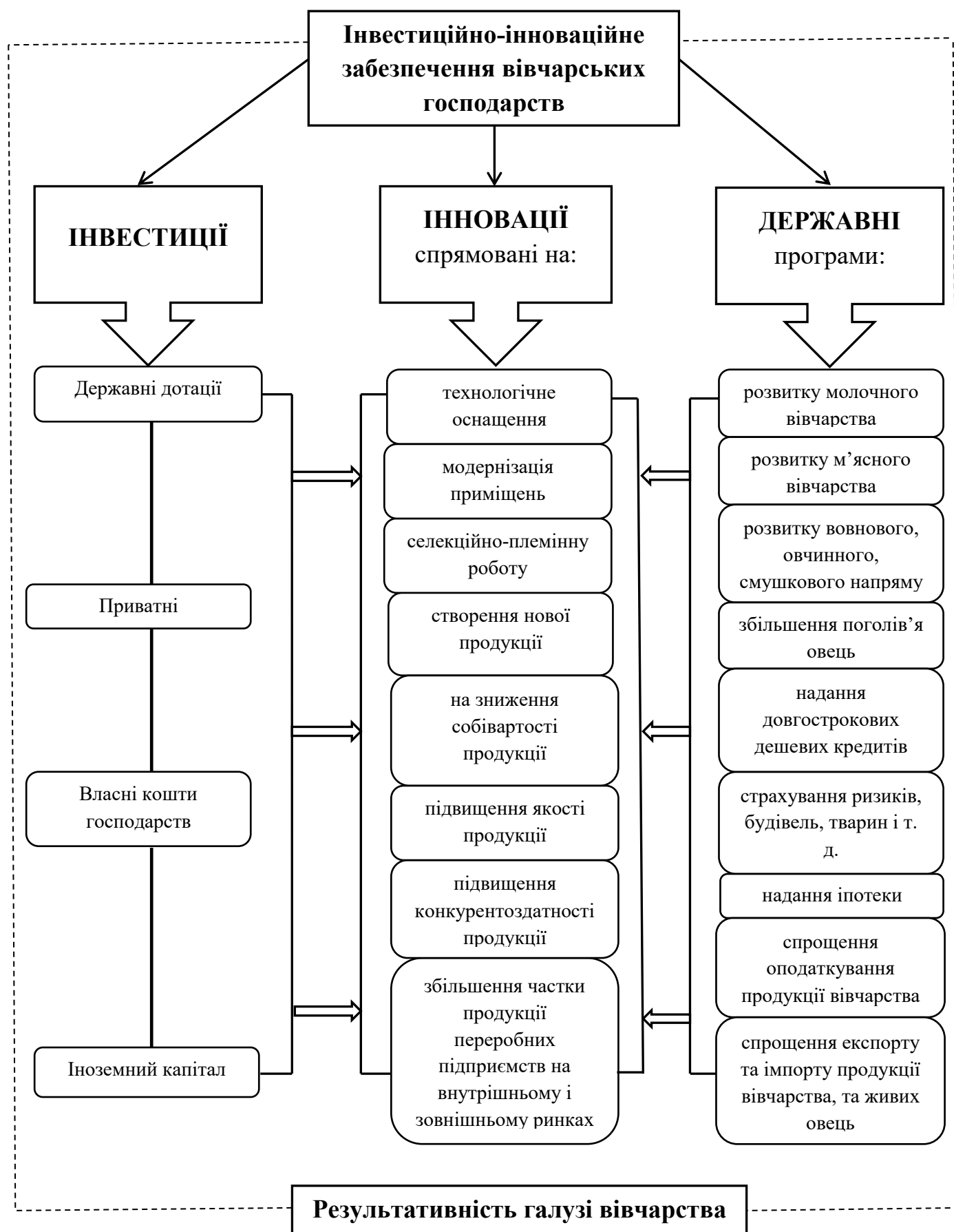


Рис. 3.6. Інвестиційно-інноваційна модель галузі вівчарства

Джерело: власні дослідження.

вівцематок, баранів, ярок.

Крім цього, державним бюджетом передбачено додаткові видатки у розмірі:

- 250,0 млн. грн. для часткового відшкодування вартості будівництва і реконструкції об'єктів;
- 177,0 млн. грн. для здійснення відшкодування витрат фізичних осіб на послуги з ідентифікації та реєстрації тварин;
- 146,2 млн. грн. для погашення кредиторської заборгованості зареєстрованих органами казначейства за минулі роки [171].

Позитивні зрушення у галузі вівчарства відбудуться з використанням фермерами державних програм, особливо це стосується програм кредитування, страхування, оподаткування, експорту та імпорту продукції вівчарства.

І саме тому, за високої ставки кредитування, великі розміри митних та податкових зборів, відсутності страхових послуг у галузі вівчарства фермер, щоб зберегти своє господарство, змушений шукати додатковий капітал, тобто приватні інвестиції або іноземні.

Під приватними розуміють інвестиції, які надають приватні фірми, компанії чи громадяни однієї країни відповідним суб'єктам іншої країни. Основною метою таких інвестицій є розміщення ресурсів на більш вигідних, прибуткових умовах [175].

Перевагою приватного інвестування для одержувача інвестицій, є простота механізму залучення, відсутність багатьох документів, які одержувач інвестицій оформляє в банках або інвестиційних фондах. Також до переваг можна віднести швидкість отримання інвестицій. Розгляд пропозиції інвестування займає кілька днів і стільки ж оформлення договору інвестування під заставу майна або інших цінностей.

До недоліків приватного інвестування відносяться досить жорсткі умови отримання інвестицій:

- висока процентна ставка кредитування;

- умова передачі частини акцій підприємства інвестору;
- низька оцінка заставного інструменту інвестором;
- ризик втрати капіталу і стреси від такої можливості;
- нерегулярний і мінливий дохід від вкладень [143].

В Україні діє фінансова компанія, що здійснює приватні інвестиції, ТОВ «Приватні інвестиції», яка є членом Групи капіталу РКО ВР. Групу утворюють Польський акціонерний банк «Загальна ощадна каса» (РКО ВР SA) та пов'язані з ним компанії, котрі доповнюють його продуктову пропозицію та одночасно реалізують бізнес-цілі [174].

Також в результаті ефективної підприємницької діяльності у фермера з'являються власні кошти, які він може використати для подальшого розвитку господарства і покращити його інноваційну структуру.

Одним із головних важелів функціонування даної інвестиційно-інноваційної моделі галузі вівчарства є іноземний капітал.

Тому для зростання обсягу іноземних інвестицій уряди країн намагаються створити відповідні умови, завдяки яким визначатимуть перспективи інвестиційної діяльності у країні для інвестора. Зазвичай інвестори надають перевагу промислово розвинутим регіонам, політично, соціально-економічним стабільним країнам.

Для того, щоб звернути увагу іноземного інвестора до галузі вівчарства в Україні, нами складено рейтинг областей за такими основними показниками: кількість поголів'я овець, виробництво баранини та козлятини, виробництво овечої вовни (табл. 3.15).

Проведене дослідження (табл. 3.15) з урахуванням рейтингу всіх вищезазначених показників виробничого потенціалу регіонів України галузі вівчарства дає можливість обрати іноземному інвестору ту область, де доцільно починати свій бізнес, щоб не зазнати фінансових втрат, і в результаті, згідно стратегії, отримати в оптимальний строк прибуток.



Таблиця 3.15

**Рейтинг регіонів України за виробництвом продукції вівчарства  
станом на 2016 рік**

Регіони	Виробничий потенціал			Сума балів	Середня сума балів	Кінцевий результат
	Поголів'я овець, тис. голів/ рейтинг	Виробництво баранини та козятини, тис. т / рейтинг	Виробництво овечої вовни, т / рейтинг			
Вінницька	8,5/17	0,1/9	11/18	44	14,7	18
Волинська	8,6/16	0,1/9	18/13	38	12,7	14
Дніпропетровська	25,9/9	0,4/6	24/9	24	8,0	8
Донецька	27,9/8	0,5/5	53/6	19	6,3	7
Житомирська	9,2/15	0,3/7	14/15	37	12,3	13
Закарпатська	110,7/2	2,7/2	181/2	6	2,0	2
Запорізька	31,4/6	0,6/4	75/5	15	5,0	5
Івано-Франківська	9,2/15	0,4/6	23/10	31	10,3	11
Київська	8,6/16	0,2/8	9/20	44	14,7	18
Кіровоградська	12,5/13	0,4/6	12/17	36	12,0	12
Луганська	15,0/11	0,9/3	21/12	26	8,7	10
Львівська	8,6/16	0,2/8	13/16	40	13,3	15
Миколаївська	32,6/5	0,5/5	124/4	14	4,7	4
Одеська	276,0/1	2,8/1	1076/1	3	1,0	1
Полтавська	16,8/10	0,3/7	32/8	25	8,4	9
Рівненська	5,2/20	0,1/9	15/14	43	14,3	17
Сумська	14,4/12	0,3/7	22/11	40	13,3	15
Тернопільська	1,7/21	0,2/8	2/22	51	17,0	21
Харківська	35,2/3	0,6/4	46/7	14	4,7	4
Херсонська	29,8/7	0,5/5	116/5	17	5,7	6
Хмельницька	5,8/19	0,2/8	8/21	48	16,0	20
Черкаська	7,2/18	0,3/7	2/22	47	15,7	19
Чернівецька	33,8/4	0,6/4	126/3	11	3,7	3
Чернігівська	9,3/14	0,2/8	10/19	41	13,7	16

Джерело: власні дослідження.

Більш детально рейтинг областей за виробництвом продукції вівчарства можна розглянути на рисунку 3.7.

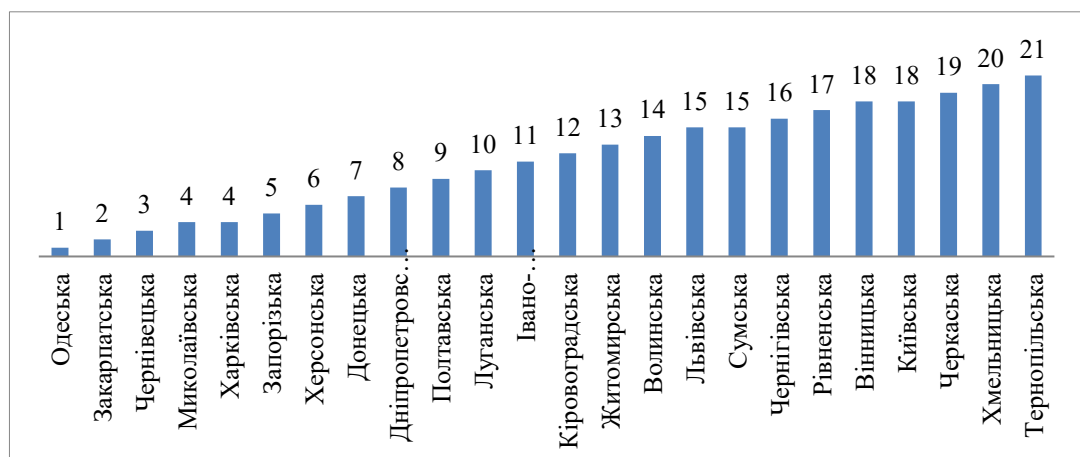


Рис. 3.7. Рейтинг областей за виробництвом продукції вівчарства

Джерело: власні дослідження.

Для вивчення інвестиційного клімату в галузі вівчарства нами визначено загальний рейтинг інвестиційної привабливості областей на основі рисунка 3.7 із розподіленням їх у 3 групи:

**I група** – високий рівень потенціалу;

**II група** – середній рівень потенціалу;

**III група** – низький рівень потенціалу.

Результати проведеного дослідження за визначеною методикою представлені в таблиці 3.16.

*Таблиця 3.16*

**Поділ областей України на групи за їх інвестиційним кліматом  
в галузі вівчарства**

<b>Групи</b>	<b>Критерії</b>	<b>Область</b>
<b>I</b>	Високий рівень потенціалу	Одеська, Закарпатська, Чернівецька, Миколаївська Харківська, Запорізька, Херсонська, Донецька, Дніпропетровська
<b>II</b>	Середній рівень потенціалу	Полтавська, Луганська, Івано-Франківська, Кіровоградська, Житомирська, Волинська, Львівська, Сумська, Чернігівська
<b>III</b>	Низький рівень потенціалу	Рівненська, Вінницька Київська, Черкаська, Хмельницька, Тернопільська

Джерело: власні дослідження.

Так, до I групи увійшли найбільш інвестиційно привабливі області: Одеська, Закарпатська, Чернівецька, Миколаївська Харківська, Запорізька, Херсонська, Донецька, Дніпропетровська, які поєднують високий інвестиційний потенціал з низьким рівнем інвестиційного ризику; до II групи – Полтавська, Луганська, Івано-Франківська, Кіровоградська, Житомирська, Волинська, Львівська, Сумська, Чернігівська області, які поєднують середній інвестиційний потенціал; до III групи – Рівненська, Вінницька Київська, Черкаська, Хмельницька, Тернопільська області – найменш інвестиційно привабливі області з низьким рівнем потенціалу.

Прикладом є фермерська інвестиційна компанія, розташована в Новій Зеландії «MyFarm», яка інвестує великомасштабні проекти. «MyFarm» виникла

25 років тому в молочній промисловості і зараз успішно інвестує кошти у вівчарську галузь.

Також є фермерська інвестиційна компанія «MyFarm Sheep & Beef» – це спільне підприємство «MyFarm» і «Marshall and Duncan» з району Рангіткії, що знаходиться на північному острові Нової Зеландії. Разом вони удосконалюють свої здібності, набувають хорошого досвіду для успішного управління інвестиційним капіталом у цій галузі. На сьогодні підприємство інвестувало більше 60 мільйонів гривень на ферми овець та ВРХ і розвиток ферм від імені місцевих та міжнародних інвесторів.

Активізація інвестиційно-інноваційних процесів галузі вівчарства та пошук нових шляхів поліпшення його інвестиційного забезпечення сприятиме економічному розвитку підприємств галузі й зміцненню їх виробничого потенціалу.

На сьогодні по всьому світу спостерігається новий вид сертифікації тваринницької продукції – «Халяль». Сертифікат «Халяль» – це єдиний документ, що дає можливість експортувати продукти харчування в країни арабо-мусульманського світу. Компанії, що пройшли процедуру сертифікації в центрі «Халяль Глобал Юкрейн», мають усі можливості для експорту їх сертифікованої продукції до країн Перської затоки: Об'єднаних Арабських Еміратів, Бахрейну, Саудівської Аравії, Оману, Катару, Кувейту, Ємену.

В Україні функціонує така перша акредитована організація по сертифікації продуктів харчування відповідно до стандарту «Халяль» «Халяль Глобал Юкрейн» цілями якого є:

- підвищення якості та конкурентоспроможності виробленої українськими організаціями і підприємствами продукції і послуг, що надаються, відповідним стандарту «Халяль»;
- забезпечення інтеграції в міжнародні системи стандартизації та сертифікації «Халяль» і тісної співпраці з міжнародними центрами по сертифікації продукції і послуг згідно з ісламськими нормами;

— розвиток індустрії «Халяль» як напрямок сектору економіки, заснованого на високій моральності;

— створення умов для експорту продукції вітчизняних організацій і підприємств на ринок «Халяль» арабо-мусульманських країн.

Центр Сертифікації «Халяль Глобал Юкрейн» є незалежним сертифікаційним органом, що забезпечує контроль виробництва продуктів харчування, товарів та послуг відповідно до канонічних вимог ісламу (шаріату).

Мета організації – допомога українським виробникам в розширенні ринків збуту і налагодженні експортних відносин з мусульманськими країнами, а також захист інтересів споживачів халяльних продуктів і послуг, вироблених в Україні.

Центр сертифікації «Халяль Глобал Юкрейн» не надає консультаційних послуг, не займається роздрібною або оптовою торгівлею чи посередництвом у торгівлі, не займається продажем, обміном, здачею в оренду, позикою фінансових ресурсів, сировини або готової продукції, аби це не створювало ризиків. Останнім часом все більше людей, вступаючи в торгово-економічні, фінансові відносини або користуючись різними послугами, цікавляться відповідністю об'єкта споживання стандартам «Халяль». Світовий ринок продуктів, відповідних правил «Халяль», оцінюється в 500 млрд. доларів на рік, а число потенційних споживачів може досягати 1,5 млрд. чоловік – саме стільки мешканців Землі сповідують іслам. Пройшовши сертифікацію «Халяль» виробники в основному планують експортувати свою продукцію. Однак не забувають і про перспективи розвитку вітчизняного ринку споживання «халяль» сектору, адже в Україні проживають близько 2 мільйонів мусульман, які також мають потребу в «Халяль» їжі. Українські виробники останнім часом все частіше спрямовують амбіції в цьому напрямку і прагнуть поборотися за цю нішу світового ринку. Крім того, великий потенціал «Халяль» сектору має і Європа: вже зараз експерти оцінюють оборот європейського ринку «Халяль» продуктів приблизно в 66 млрд. доларів, а в наступне десятиліття, як очікують, він збільшиться ще на 20-25%. Мусульманське населення «старого світу»

становить за різними оцінками від 51,2 до 52 млн. чоловік, що, з урахуванням постійного його зростання, робить цю нішу дуже привабливою для інвесторів. Європейці, які не визнають іслам, бачать в сертифікації «Халяль» додатковий знак якості, де на кожному етапі виробництва ведеться чіткий контроль. З цієї причини вони на прилавках магазинів шукають продукцію саме з емблемою «Халяль» [176].

Сьогодні загальносвітовий обіг індустрії «Халяль» становить майже чотири трильйони доларів США, стабільно показуючи при цьому щорічне поступове зростання зверх 20%. Світова частка продуктів харчування «Халяль» від загальної кількості продуктів складає майже 25%. Загальносвітова кількість споживачів продуктів харчування «Халяль» становить 1,8 млрд. чоловік. Неабиякою мірою це пояснюється тим, що споживачів даної продукції стає все більше. Існують певні вимоги щодо умов виробництва товарів «Халяль» (табл. 3.17).

Отримання сертифікату «Халяль» та інвестування у виробництво халяльної продукції вівчарства дасть можливість повністю інноваційно змінити структуру, діяльність, технічну базу фермерських господарств, а це особливо вплине і на якість та обсяг продукції.

Але існує ряд переваг і недоліків інвестування у галузь вівчарства з отриманням сертифікату «Халяль» в Україні.

**Переваги:** гарантія високої якості продукції, відміченої знаком «Халяль»; збільшення рівня довіри до продукції з боку споживачів; дозволяє знайти якісний вітчизняний аналог для заміни імпортової продукції; збільшення об'ємів продажу за рахунок халяльної продукції; можливість експорту в 57 країн, які входять в ОІС (Організацію Ісламської Співробітництва); розширення внутрішнього споживчого ринку, оскільки завдяки чистоті продукції халяль є привабливим і для людей, які не сповідують іслам; спрощене виведення продукції вівчарства на зовнішні і внутрішні ринки; отримання сертифікату «Халяль» – доказ того, що продукція виробника відповідає світовим вимогам

Таблиця 3.17

## Вимоги до умов виробництва товарів «Халяль»

Вимоги	Характеристика
<b>1.Персонал</b>	<p>У процесі виробництва продукції «Халяль» можуть брати участь фахівці будь-якої національності.</p> <p>Персонал, який бере участь у виробництві продукції «Халяль», повинен дотримуватись санітарних правил для підприємств харчової промисловості, що діють на підприємстві-виробнику.</p> <p>Персонал, що працює в зоні виробництва продукції «Халяль», повинен пройти інструктаж з основних особливостей виробництва продукції «Халяль».</p>
<b>2.Виробничі приміщення</b>	<p>У приміщеннях для зберігання сировинних матеріалів і харчових інгредієнтів, приміщеннях виробництва і зберігання готової продукції «Халяль» повинні бути передбачені відокремлені місця для сировини і продуктів «Халяль».</p> <p>Усі приміщення повинні відповідати вимогам технічних регламентів, державних стандартів, нормативної документації, виробничої санітарії на харчових виробництвах, що діють на території України.</p>
<b>3.Виробниче обладнання та матеріали</b>	<p>Перед початком і після закінчення робіт з виробництва продукції «Халяль», обладнання і матеріали повинні пройти санітарну обробку відповідно до інструкції, що діє на підприємстві-виробнику.</p> <p>Устаткування і матеріали для виробництва продуктів «Халяль» повинні відповідати вимогам технологічної документації, що діє на підприємстві-виробнику.</p> <p>При необхідності, використовувані пристосування, інструмент і технологічна тара повинні носити відмітні знаки (позначені фарбою або гравіруванням «Халяль», буквою «Х» або іншою символікою).</p>
<b>4.Якість і безпека продукції «Халяль»</b>	<p>Якість і безпека продукції «Халяль» повинні відповідати вимогам нормативних документів, чинних на території України, що має бути підтверджено у формі обов'язкової сертифікації або декларації про відповідність, передбаченими Законами України для кожної групи продукції.</p> <p>Якість продукції «Халяль» повинна відповідати вимогам технічних регламентів підприємства-виробника, нормативної та технічної документації Керівництву за якістю продукції та послуг «Халяль».</p>
<b>5.Маркування та упаковки продукції «Халяль»</b>	<p>Маркування та упаковка готової продукції «Халяль» повинні відповідати вимогам, що діють на підприємстві-виробнику.</p> <p>На кожній товарній одиниці продукції «Халяль», в незалежності від форми і виду упаковки, повинне бути нанесене певне маркування з позначкою про те, що дана продукція вироблена під контролем і сертифікована Центром сертифікації «Халяль», із зазначенням його адреси, дати видачі Сертифікату відповідності «Халяль» і оригінального номера.</p> <p>Для підприємств, які виробляють виключно продукцію «Халяль», вимоги носять рекомендаційний характер, а для підприємств, що виробляють змішану продукцію – обов'язковий.</p>

Джерело: досліджено автором на основі [177].

ісламу; бездоганна чистота при виробництві. Склад продукції зі знаком «Халяль» ретельно перевіряється для запобігання використанню заборонених

добавок і консервантів невідомого походження; при виробництві халяльної продукції здійснюється постійний контроль щодо багатьох параметрів, що дозволяє забезпечити високу якість і корисність продукту харчування; підприємство, фермерське господарство, якому буде вручено сертифікат «Халяль», проходить регулярні перевірки експертів; сертифікат «халяль» – істотна перевага перед конкурентами, яка допомагає відкрити нові ринки збуту; швидкий розвиток виробництва халяльної продукції на світовий ринок – потенційний обсяг ринку продовольства халяль становить 17% загального світового споживання; інноваційні зміни у діяльності фермерських господарств.

**Недоліки:** неготовність фермерів інвестувати у виробництво халяльної продукції в Україні; нерозуміння фермерів щодо переваг сертифікації «Халяль»; висока вартість продажу халяльної продукції вівчарства; жорсткі вимоги і умови утримання, відгодівлі, забою овець та виробництва самої продукції вівчарства; кардинальні зміни в діяльності фермерського господарства.

У багатьох державах суворо стежать за якістю «Халяль», товар проходить обов'язкову сертифікацію, а при виявленні порушень виробники отримують великі штрафи.

В Україні виробляють халяльну продукцію ПрАТ «Козятинський м'ясокомбінат» (Вінницька область), ТОВ «Житомирський м'ясокомбінат» (Житомирська область), ТМ «Яготинське» (Київська область) та багато інших.

ТОВ «Смарт Агро Інвест» – українська компанія, що знаходиться у місті Києві, яка є філією британської компанії «Rw Imprex» співпрацює з приватними підприємствами і фермами України, які виробляють халяльну продукцію (баранину, ягнятину), що розташовані в Хмельницькій, Тернопільській, Івано-Франківській, Чернігівській та Київській областях, і маючи сертифікат Міжнародного центру сертифікації та стандартизації «Халяль», може постачати продукцію на 5 континентів.

Компаніями, які потенційно можуть бути зацікавлені у налагодженні регулярних поставок охолодженої і замороженої баранини та ягнятини з України є: Ahmed Al Ali Trading LLC (Дубай, ОАЕ); Aliana Trading LLC (Дубай, ОАЕ); Al Aabdi Holding LLC (Дубай, ОАЕ); Al Kabeer Group (Шарджа, ОАЕ); Diamond Meat Processing LLC (Дубай, ОАЕ); Emirates Meat (Galadari-Edam) LLC (вільна економічна зона Джебел Алі, Дубай, ОАЕ); Farmland Food Product LLC (Дубай, ОАЕ); IFFCO Group (Шарджа, ОАЕ).

Виходячи з вищесказаного, на нашу думку, інвестування в отриманні сертифікату «Халяль» допоможе фермеру виробляти більш якісну і в більших обсягах продукцію вівчарства і головне – інноваційно покращить стан його господарства.

### **Висновки до розділу 3**

1. Для ефективного виробництва продукції вівчарства фермерам потрібно будувати модульні вівчарські ферми з утримання овець, оснащеними цехами з виробництва молока, сирів, м'яса, вовни, виходячи з фінансових можливостей фермера. Нами запропоновано обладнання, яким повинна бути оснащена модульна ферма.

Також нами було запропоновано перехід до кластеризації галузі вівчарства та створення вівчарських кластерних мереж у регіонах України, яка дозволить вирішити низку проблем, насамперед, підвищення рівня конкурентоспроможності регіону та виробленої продукції, забезпечиться робочими місцями населення регіону, збільшить податкові надходження до бюджету, налагодиться ринок збуту, будуть впроваджуватися інноваційні підходи щодо виробництва тощо. Тому пропонуємо розробити кластерну модель галузево-територіальної організації виробництва продукції вівчарства за такими регіонами: Львівська, Закарпатська, Івано-Франківська і Чернівецька області.

2. У вівчарстві, як і в інших галузях тваринництва, потрібно формувати власну стратегію виробництва продукції виходячи з інтересів внутрішнього та



зовнішнього ринків. Сама стратегія повинна будуватись на основі науково-технічного прогресу щоб продукція вівчарства була конкурентоспроможною і по якості відповідала вимогам та стандартам продовольчого ринку. Також нами було проведено прогнозні зміни у кількості поголів'я овець, виробництві овечого молока, і м'яса баранини і козлятини з побудованою лінією тренду.

Нами було використано метод DEA, який дозволяє отримати комплексну оцінку рівня ефективності господарюючого суб'єкта, що враховує вплив багатьох вхідних та вихідних факторів виробництва. За результатами розрахунків, 2016 р. впливає, що нормативні показники відповідають 100-відсотковому ефективному виробництву продукції вівчарства, особливо це спостерігається у господарствах населення (90 %).

Проведений SWOT-аналіз показав, що попри наявність слабких сторін та потенційних загроз галузь має достатньо переваг, серед яких: вікові традиції, селекційний потенціал, швидкі темпи відтворення поголів'я, близькість кордонів, можливість кооперації, вищі ціни на дієтичну ягнятину та сири з овечого молока, потужний генофонд, виробничі потужності, кормова база та трудовий потенціал галузі. Усі фактори можуть стати основою відродження галузі вівчарства.

3. Запропоновано запровадження інвестиційно-інноваційної моделі, яка дозволить пропорційно вирішувати проблеми, що виникнуть при зміні інвестиційного забезпечення інноваційних процесів оновлення галузі вівчарства. Саме від успішного функціонування, і залежить ефективність впровадження пріоритетних напрямів інвестування з урахуванням інноваційної спрямованості, що є одним з головних критеріїв забезпечення економічного зростання галузі вівчарства.

Для вивчення інвестиційного клімату в галузі вівчарства нами визначено загальний рейтинг інвестиційної привабливості областей на основі розподілу їх у 3 групи.

Для посилення конкурентних переваг продукції вівчарства необхідно проходити стандартизацію продукції відповідністю об'єкта споживання

стандартам «Халяль», в результаті чого виробники продукції вівчарства зможуть реалізовувати продукцію вівчарства за більш високими цінами.

## ВИСНОВКИ:

У дисертаційній роботі розглянуто теоретико-методичні положення та обґрунтовано організаційно-економічний механізм забезпечення розвитку ринку продукції вівчарства. Отримані наукові результати дають підстави для наступних висновків:

1. На основі опрацювання вітчизняної та зарубіжної наукової літератури в дисертаційній роботі, запропоновано тлумачення поняття «Ринок продукції вівчарства», на основі узагальнення та систематизації існуючих підходів і трактування даного терміну «як один із основних елементів продовольчого ринку країни і цілому АПК, на якому відбувається реалізація продукції вівчарства (м'ясо, молоко, вовна і т.д.), шляхом обміну, купівлі і продажу, домовленостями, зв'язками, між суб'єктами, які займаються господарською діяльністю, під впливом попиту, пропозиції, ціни та конкуренції, з метою отримання прибутку».

2. Практичне використання методичних положень оцінки ефективності функціонування складових організаційно-економічного механізму розвитку галузі вівчарства, дало можливість виявити неефективні складові механізму, рівень гармонізації всіх складових, розробити та здійснити на цій базі систему заходів, що забезпечать підвищення загальної ефективності організаційно-економічного механізму, де всі складові й інструменти повинні найбільш гармонійно поєднуватися та доповнювати один одного. Це дозволило сформулювати цілі, які в сукупності дозволяють визначити ключові проблеми та резерви підвищення ефективного функціонування ринку продукції вівчарства. Тому ефективне функціонування ринку продукції вівчарства залежить від правильного вибору та використанні організаційно-економічного механізму, який дасть змогу конкурувати товаровиробникам на продовольчому ринку як в Україні, так і у світі.

3. Методика дослідження оцінки ринку продукції вівчарства, передбачає використання таких методів наукового пізнання: аналіз, синтез,

аналітичний метод, індукція, дедукція, моделювання, узагальнення, формалізація, абстрагування, конкретизація, системний аналіз. А для повноцінного дослідження стану ринку продукції вівчарства, використали наступні методи економічних досліджень: економічний аналіз, табличний метод, статистичний аналіз, кореляційно-регресійний аналіз, індексний метод, графічний метод, методи прогнозування, метод DEA, SWOT-аналіз, що дасть змогу проаналізувати та дати ефективну оцінку ринку продукції вівчарства.

4. Використовуючи системний підхід до аналізу та оцінки сучасного стану виробництва продукції вівчарства врахуванням обмежуючих факторів, які включають: недостатній попит на продукцію, нестачу кваліфікованої робочої сили, низька конкурентоспроможність продукції вівчарства, фінансові обмеження та збут продукції, це дало можливість дослідити частку виробництва продукції вівчарства в Україні, яка становить 0,06 % світового поголів'я овець, як наслідок Україна не може конкурувати з зарубіжними країнами, тому-що станом на 2016 рік (743,9 тис. голів) порівняно з 1991 роком (7896,2 тис. голів) показала значне скорочення (на -7152,3 тис. голів), дана тенденція призвела до зменшення основної продукції вівчарства (м'яса, вовни, молочних продуктів) на продовольчому ринку України.

5. За запропонованою методикою було проведено оцінювання становлення та функціонування ринку продукції вівчарства. Встановлено, що станом на 2016 рік повна собівартість реалізації овець на м'ясо 1 ц більша ніж ціна її реалізації, і це істотно впливає на рівень рентабельності, який складає -35,1 %. Така ситуація спостерігається з виробництвом 1 ц вовни, де рентабельність реалізації становить -31,8 %, як наслідок дана ситуація призводить до збитковості виробництва продукції вівчарства.

6. В результаті дисертаційного дослідження встановлено орієнтовні норми добової потреби в зелених кормах різних видів і груп тварин. Проаналізовано: виробництво та валовий збір кормових культур, які використовувались для годівлі та відгодівлі овець; витрати на вирощування та відгодівлю овець у сільськогосподарських підприємствах в середньому по

Україні; витрати на виробництво привісу овець за елементами у сільськогосподарських підприємствах в середньому по Україні. Що дає можливість визначити та виокремити основні проблеми розвитку кормовиробництва, зокрема природних пасовищ.

7. Запропонований концептуальний підхід до побудови та реалізації галузево-територіальної моделі кластера по виробництву продукції вівчарства, який дозволить вирішити низку проблем, насамперед: підвищиться рівень конкурентоспроможності регіону та виробленої продукції, забезпечить робочими місцями населення регіону, збільшаться податкові надходження до бюджету, налагодиться ринок збуту, будуть впроваджуватися інноваційні підходи щодо виробництва, а також запропоновано «Проект виробництва продукції вівчарства» на основі запровадження модульних ферм на 600 голів овець, що передбачає реструктуризацію виробництва щодо: правового статусу майна, організаційної структури підприємств, структури виробничої програми та залучення капіталу, структури персоналу і основних виробничих фондів.

8. Застосування методу DEA дозволило отримати комплексну оцінку рівня ефективності господарюючого суб'єкта, який враховує вплив багатьох вхідних та вихідних факторів виробництва. За результатами розрахунків у 2016 р. впливає, що нормативні показники відповідають 100-відсотковому ефективному виробництву продукції вівчарства, особливо це спостерігається у господарствах населення 90 %. На основі адаптованої методики SWOT-аналізу виявлено наявність слабких сторін та потенційно сильних сторін, серед яких: вікові традиції, селекційний потенціал, швидкі темпи відтворення поголів'я, близькість кордонів, можливість кооперації, вищі ціни на дієтичну ягнятину та сири з овечого молока, потужний генофонд, виробничі потужності, кормова база та трудовий потенціал галузі.

9. Обґрунтовано наукові підходи для побудови інвестиційно-інноваційної моделі галузі вівчарства, яка дозволить пропорційно вирішувати проблеми, що виникнуть при зміні інвестиційного забезпечення інноваційних процесів оновлення галузі вівчарства, як наслідок визначено загальний

рейтинг інвестиційної привабливості областей на основі розподілу їх у 3 групи, які показують високий, середній, низький потенціал виробництва продукції вівчарства.

Для посилення конкурентних переваг необхідно запровадження диверсифікації виробництва нішевої продукції вівчарства, а саме виробництво продукції за відповідністю стандартизації об'єкта споживання «Халяль», як для внутрішнього споживання так і для експортування за кордон, зокрема в арабо-мусульманські країни.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Дзюбик С., Ривак О. Основи економічної теорії.– Київ: Основи, 2004. – 336 с.
2. Сутність ринку. Його формування та розвиток [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://otherreferats.allbest.ru/economy/00106870\\_0.html](http://otherreferats.allbest.ru/economy/00106870_0.html).
3. Білецька Л. В., Білецький О. В., Савич В. І. Економічна теорія (Політекономія. Мікроекономіка. Макроекономіка). Навч. пос. 2 – ге вид. перероб. та доп. – К.: Центр учбової літератури, 2009. – 688 с.
4. Мікроекономіка і Макроекономіка: Підручник / [С. Будаговська, О. Кілієвич, І. Луїна та ін.] за ред. С. Будковської. – К.: Основи, 1998. – 519 с.
5. Кириленко В.В. Економіка. Навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів. – Тернопіль: Економічна думка, 2002. – 193с.
6. Костюк В. С., Андрющенко А. М., Борейко І. П. Економічна теорія: Навч. пос. – К.: Центр учбової літератури, 2009. – 282 с.
7. Дейан А. Изучение рынка / Пер. с франц. под ред. С.Г. Божук. – СПб.: Издательский Дом «Нева», 2003. — 128 с.
8. Економічна теорія: Політекономія: Підручник/ За ред. В. Д. Базилевича. – 6 – те вид., перероб. і доп. – К.: Знання – Прес, 2007. – 719 с.
9. Фишер С, Дорнбуш Р., Шмалензи Р. Экономика: Пер. С англ. Со 2 – го изд. – М.: Дело ЛТД», 1995. – 864 с.
10. Виникнення економічної теорії і основні етапи її розвитку [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.library.if.ua/books/61.html>.
11. Рибалкін В. О. Економічна теорія. Ринкова система господарювання [Електронний ресурс] Режим доступу: <http://www.library.if.ua/books/67.html>.
12. Экономическая теория / Под. ред. Дж. Итуэлла, М. Милгейта, П. Ньюмена: Пер. с англ. / Науч. ред. чл. – корр. РАН В. С. Автономов. – М.: ИНФРА – М, 2004. – XII, 931 с.

13. Основи економічної теорії: Навчальний посібник для студентів неекономічних спеціальностей вищих навчальних закладів III - IV рівнів акредитації. – Житомир, 2004. – с.314.
14. Смит А. Исследование о природе и причина богатства народов/ А. Смит. – 2 т. – М.: Наука, 1993. – Т 1. – 569 с.
15. Ринок продукції скотарства: монографія/ Місюк М. В. – К.: ННЦ ІАЕ, 2012. – 330 с.
16. М. І. Долішній, В. І. Топіха, В. В. Булюк, В. А. Романова Ринок продовольства України в аспектах СОТ. – Миколаїв: МДАУ, 2006. – 221 с.
17. А. Ф. Косік, Г. Е. Гронтковська Мікроекономіка: 2 – ге видання, перероблене та доповнене. Навч. пос. – К.: Цент учбової літератури, 2008. – 438 с.
18. Экономическая теория: Учеб. пособие. – М.: РИОР, 2008. – 208 с.
19. Академічний тлумачний словник [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://sum.in.ua/s/bazar>.
20. Белявцев М. І. Оптові продовольчі ринки в комплексі інфраструктури товарного ринку [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://westudents.com.ua/glavy/35816-114-optov-prodovolch-rinki-v-kompleks-nfrastrukturi-tivarnogo-rinku.html>.
21. Оптові і роздрібні ринки розвиток [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://m.stud.com.ua./16096/pravo/optovi\\_rozdribni\\_rinki](http://m.stud.com.ua./16096/pravo/optovi_rozdribni_rinki).
22. Про здійснення державних закупівель: Закон України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua./laws/show/1197-18>.
23. Уфінцева О. Ю. Мікроекономіка. Курс лекцій: Підручник. – Дніпропетровськ: ПДАБА, 2012. – 172 с.
24. Попит. Види попиту [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://marketing-helping.com/konspekti-lekcz/21-konspekt-lekczj-qosnovi-marketinguq/395-popit-vidi-popitu.html>.



25. Кабраль Луис М.Б. Организация отраслевых рынков: вводный курс/ Луис М. Б. Кабраль; Пер. с англ. А. Д. Шведа. – Мн.: Новое знание, 2003. – 356 с.
26. Голиков М. Н. Микроэкономика: учебно-методическое пособие для вузов. – Псков: Изд – во ПГПУ, 2005, 104 с.
27. Економічна енциклопедія: У трьох томах. Т. 1. / Ред. кол. : С. В. Мочерний (відп. ред.) та ін. – К.: Видавничий центр «Академія», 2000. – 864 с. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukr.vipreshebnik.ru/entsiklopediya/54-z/1153-zakon-opitu.html>.
28. Економічна теорія, Мочерний С. В. : Ринкова рівновага та механізми їх досягнення. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://westudents.com.ua/glavy/17003-24-rinkova-rvnovaga-ta-mehanzmi-dosyagnennya.html>.
29. Теорія «економіки пропозиції», її суть і практичне значення [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://textbooks.net.ua/content/view/1386/19/>.
30. Теорія ціни [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://pidruchniki.com/ekonomika/teoriya\\_tsini](http://pidruchniki.com/ekonomika/teoriya_tsini).
31. Основні теоретичні положення вчення А. Маршалла. Теорія ціни [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://pidruchniki.com/1711030241177/politekonomiya/osnovni\\_teoretichni\\_polozhennya\\_vchennya\\_marshalla](http://pidruchniki.com/1711030241177/politekonomiya/osnovni_teoretichni_polozhennya_vchennya_marshalla).
32. Ціна в системі ринкових відносин. Сутність ціни. Теорії ціноутворення [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://pidruchniki.com/13340203/politekonomiya/tsina\\_sistemi\\_rinkovih\\_vidnosin](http://pidruchniki.com/13340203/politekonomiya/tsina_sistemi_rinkovih_vidnosin).
33. Герасименко А., Еволюція теорії конкуренції в історії економічної думки XVIII – XX століть. Вісник КНТЕУ 1. – 2009.
34. Сміт А. Добробут націй. Дослідження про природу та причини добробуту націй / А. Сміт. — К. : Port-Royal, 2001.

35. Конкуренція: сутність і види. Еволюція поглядів на конкуренцію. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://library.if.ua/book/14/1227.html>.
36. Закон України «Про обмеження монополізму та недопущення недобросовісної конкуренції у підприємницькій діяльності» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2132-12>.
37. Конкуренція на промислових ринках. Сутність, функції, методи та види конкуренції [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://pidruchniki.com/18060203/marketing/konkurenciya\\_promislovih\\_rinkah#878](http://pidruchniki.com/18060203/marketing/konkurenciya_promislovih_rinkah#878).
38. Теорія недосконалої конкуренції Дж. Робінсон [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://pidruchniki.com/1158012237878/politekonomiya/teoriya\\_monopolistichnoyi\\_konkurenciyi\\_chemberlina](http://pidruchniki.com/1158012237878/politekonomiya/teoriya_monopolistichnoyi_konkurenciyi_chemberlina).
39. Мікроекономіка: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл./ Н. О. Гончарова, А. І. Ігнатюк, Н. А. Малиш та ін. – К. : МАУП, 2005. – 304 с.
40. Оганесян В. С. Економічна сутність ринку продукції тваринництва / В. С. Оганесян // Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство. Ужгород – 2016. – Випуск 6. – С. 133 – 136.
41. Оганесян В. С. Міжнародній науковій-практичній конференції «Аграрна політика України в умовах глобальних продовольчих та фінансово-економічних викликів» (присвячена 65-річчю економічного факультету), 20 – 21 жовтня 2016 року, м. Київ.
42. Янишин Я., Булик О. Теоретичні аспекти організаційно-економічного механізму ефективного розвитку птахівництва / Я. Янишин, О. Булик // Аграрна економіка, т. 8, № 1 – 2. – 2015. – с. 60 – 65.
43. Мельничук А. А. Сутність організаційно-економічного механізму функціонування ринку овочевої продукції / А. А. Мельничук // Міжнародний науково-виробничий журнал. - № 4 (21). – 2013. – с. 328 – 332.

44. Яснолоб І. Організаційно-економічний механізм функціонування плодоовочевого ринку / І. Яснолоб // Соціально-економічні проблеми і держава. — Вип. 1 (8). — 2013. — с. 327 – 336.

45. Довгань Л. Є., Дудукало Г. О. Формування організаційно-економічного механізму ефективного управління підприємством [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://economy.kpi.ua/uk/node/376>.

46. Карпенко О. О., Семиволос І. І. Організаційно-економічний механізм управління капіталом підприємства [Електронний ресурс]. — Режим доступу: [https://www.google.com.ua/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=8&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwin\\_t3D\\_pzMAhWBGCwKHTs1AfcQFghaMAc&url=http%3A%2F%2Fwww.maritime.kiev.ua%2Fuploads%2FJurnal%2F1\(16\\_2013\)%2F71.docx&usg=AFQjCNH307FmeUIbEjPQOMVoCzuxyUYT9g](https://www.google.com.ua/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=8&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwin_t3D_pzMAhWBGCwKHTs1AfcQFghaMAc&url=http%3A%2F%2Fwww.maritime.kiev.ua%2Fuploads%2FJurnal%2F1(16_2013)%2F71.docx&usg=AFQjCNH307FmeUIbEjPQOMVoCzuxyUYT9g).

47. Шиманська В. В. Формування організаційно-економічного механізму розвитку туристичного комплексу на засадах реалізації державно-приватного партнерства / В. В. Шиманська // Вісник ЖДТУ № 4 (66). — 2013. — 220 – 226 с.

48. Економічний механізм функціонування ринку [Електронний ресурс]. — Режим доступу: [http://pidruchniki.com/15100827/politekonomiya/ekonomichniy\\_mehanizm\\_funktsionuvannya\\_rinku](http://pidruchniki.com/15100827/politekonomiya/ekonomichniy_mehanizm_funktsionuvannya_rinku).

49. Носик О. М., Таран К. А. Підходи до визначення дефініції організаційно-економічний механізм управління підприємством [Електронний ресурс]. — Режим доступу: [http://pidruchniki.com/15100827/politekonomiya/ekonomichniy\\_mehanizm\\_funktsionuvannya\\_rinku](http://pidruchniki.com/15100827/politekonomiya/ekonomichniy_mehanizm_funktsionuvannya_rinku).

50. Измалков С., Сонин К., Юдкевич М. Теория экономических механизмов (Нобелевская премия по экономике 2007 г.) / С. Измалков, К. Сонин, М. Юдкевич // Вопросы экономики №1. — 2008 — с. 4 – 26.

51. Теория экономических механизмов [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.intuit.ru/studies/courses/481/337/info>.

52. Механізм функціонування ринку. Основи ринкового механізму [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://fingal.com.ua/content/view/488/39/1/4/>.

53. Соколова А. Організаційно-економічний механізм функціонування кооперативів в умовах ринкової економіки [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://space.puet.edu.ua/bitstream/123456789/7211/1/ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНИЙ%20МЕХАНІЗМ%20ФУНКЦІОНУВАННЯ%20КООПЕРАТИВІВ%20В%20УМОВАХ%20РИНКОВОЇ%20ЕКОНОМІКИ.pdf>.

54. Чукіна І. В. Організаційно-економічний механізм у системі управління виробничо-господарською діяльністю аграрних підприємств / І. В. Чукіна // Економічний аналіз т. 15 № 3. – 2014. – с. 230 – 236.

55. Кравців В.С. Екологічна безпека як об'єкт регіональної політики / В.С. Кравців // Регіональна економіка. – 1999. – № 1. – С. 124–134.

56. Великий тлумачний словник сучасної української мови. — К. : Ірпінь: ВТФ «Перун». – 2001.

57. Мельник А. О. Адаптивне управління підприємством в умовах конкурентного середовища / А. О. Мельник // Вісник Хмельницького національного університету. – 2005. – № 5, ч. 2, т. 3. – С. 157-162.

58. Моргачов І. Організаційно-економічний механізм управління ефективною діяльністю проектних організацій / І. Моргачов // Схід. — 2006. — № 5.

59. Діброва А. Д. Сучасне трактування сутності державного регулювання аграрного сектору економіки / А. Д. Діброва // Економічна теорія. – 2007. – № 1. – С. 76-84.

60. Мельник А. О. Адаптивне управління підприємством в умовах конкурентного середовища / А. О. Мельник // Вісник Хмельницького національного університету. – 2005. – № 5, ч. 2, т. 3. – С. 157-162.

61. Кульман А. Экономические механизмы / Кульман А.; пер. с франц. Е. П. Островской; общ. ред. Н. И. Хрустальной. – М. : Прогресс, 1993. – 188 с.

62. Хлобистов Є.В. Фінансові механізми екологічної політики / Є.В. Хлобистов // Стратегія розвитку України (економіка, соціологія, право) : наук. журнал – Вип. 3 – 4 ; голов. ред. О.П. Степанов. – К. : НАНУ, 2004. – С. 744–752.
63. Зиновьев Ф. В. Механизмы хозяйствования (терминологический аппарат) / Ф. В. Зиновьев. – Симферополь : Таврия, 2000. – 111 с.
64. Стовба Т.А. Механізм управління інноваційним розвитком підприємства легкої промисловості / Т.А. Стовба // Таврійський науковий вісник: Збірник наукових праць ХДАУ. Вип. 46.— Херсон: Атлант, 2006. – С. 249-259.
65. Лисенко Ю. Організаційно-економічний механізм управління підприємством / Ю. Лисенко, П. Єгоров // Економіка України. – 1997. - № 1. – С.86-87.
66. Ануфрієва Є. І. Аналіз методів технологічного оновлення авіатранспортних підприємств / Є.І. Ануфрієва, Г.Ю. Кучерук // Економіка. Фінанси. Право. – 2009. – № 8. – С. 17–19.
67. Белая И.П. Концептуальная модель организационно-экономического механизма управления гибкостью производственных систем / И.П. Белая, П. В. Егоров // Вісник Донецького університету / Серія В: Економіка і право. — Донецьк : ДонНУ, 2004. — № 2. — С. 7–16.
68. Лузан Ю. П. Організаційно-економічний механізм забезпечення розвитку агропромислового виробництва України: теоретично–методологічний аспект / Ю.П. Лузан // Економіка АПК. – 2011. – № 2. – С. 3–12.
69. Місюк М. В. Ринок продукції скотарства: монографія/ Місюк М. В. – К.: ННЦ ІАЕ, 2012. – 330 с.
70. Гавриляк, О. О. Організаційний механізм управління діяльністю підприємства / О. О. Гавриляк, Ю. Б. Миронов//. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://kerivnyk.info/2012/04/gavryljak.html>.

71. Бойко О. Б. Формування ефективного організаційного механізму управління машинобудівними підприємствами / О. Б. Бойко // Економічний аналіз. Т. 19 – 2015. – № 2. – С. 26 – 32.
72. Принципи і методи управління [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://library.if.ua/book/36/2429.html>.
73. Основні принципи регулювання на ринку послуг [Електронний ресурс] – Режим доступу: [http://ua-referat.com/Основні\\_принципи\\_регулювання\\_на\\_ринку\\_послуг](http://ua-referat.com/Основні_принципи_регулювання_на_ринку_послуг).
74. Лузан Ю. Я. Організаційно-економічний механізм забезпечення розвитку агропромислового виробництва України: теоретико-методологічний аспект / Ю. Я. Лузан // Економіка АПК. – 2011. - № 2. – С. 3-12.
75. Місюк М. В., Оганесян В. С. Теоретичні аспекти організаційно-економічного механізму функціонування ринку продукції вівчарства / М. В. Місюк, В. С. Оганесян // Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: Економічні науки. Херсон – 2016. – Випуск 20. – Частина 2. – С. 36 – 40.
76. Оганесян В. С. Економічний механізм Функціонування ринку продукції вівчарства. Глобальний економічний простір: детермінанти розвитку. Матеріали II міжнародної науково-практичної конференції (м. Миколаїв, 21 жовтня 2016 р.). – Миколаїв: МНУ імені В. О. Сухомлинського, 2016. – С. 34 – 36.
77. Оганесян В. С. Сутність формування організаційного механізму на ринку продукції вівчарства. Міжнародна науково – практична конференція «Аграрна наука та освіта Поділля» 14 – 16 березня 2017, м. Кам'янець – Подільський. – С. 235 – 236.
78. Рассоха І. М. Конспект лекцій з навчальної дисципліни «Методологія та організація наукових досліджень» для студентів 5 курсу денної форми навчання освітнього-кваліфікаційного рівня «магістр» спеціальностей 8.050106, 8.03050901 “Облік і аудит”, 8.050201 “Менеджмент організацій”, 8.03060101 “Менеджмент організацій і адміністрування (за

видами економічної діяльності)” / І. М. Рассоха; Харк. нац. акад. міськ. госп-ва. – Х.: ХНАМГ, 2011. – 76 с.

79. Аналіз і синтез, як методи наукового пізнання [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://studies.in.ua/shpora-filosofy/633-42-analz-sintez-yak-metodi-naukovogo-pznannya.html>.

80. Індукція і дедукція, як метод наукового пізнання [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://studies.in.ua/shpora-filosofy/634-43-ndukcyadedykcyayak-metod-naukovogo-pznannya.html>.

81. Метод моделювання [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://buklib.net/books/35332/>.

82. Методи наукового пізнання [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://readbookz.net/book/177/6086.html>.

83. Методи досліджень на емпіричному та теоретичному рівнях [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://readbookz.net/book/177/6086.html>.

84. Конкретизація [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://psychologis.com.ua/konkretizaciya.htm>.

85. Економічний аналіз [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://posibnyky.vntu.edu.ua/grabovec/p2.html>.

86. Поняття статистичного аналізу та його основні завдання [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://textbooks.net.ua/content/view/126/11/>.

87. Кореляційно-регресійний аналіз [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ukr.vipreshebnik.ru/entsiklopediya/56-k/3928-korelyatsijno-regresijnij-analiz.html>.

88. Лабораторна робота №4. Регресійний аналіз даних [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [https://msn.khnu.km.ua/pluginfile.php/212701/mod\\_resource/content/2/Регресійний%20аналіз%20даних.pdf](https://msn.khnu.km.ua/pluginfile.php/212701/mod_resource/content/2/Регресійний%20аналіз%20даних.pdf).

89. Методи і моделі прогнозування, їх класифікація [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [https://lubbook.org/book\\_524\\_glava\\_8\\_3.Metodi\\_i\\_modeli\\_prognozuva.html](https://lubbook.org/book_524_glava_8_3.Metodi_i_modeli_prognozuva.html).
90. Терлецька В. О. Економічне оцінювання та формування кон'юнктури ринку автомобілебудівної продукції [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ena.lp.edu.ua/bitstream/ntb/33812/1/30-216-224.pdf>.
91. Кузяк В. В., Добуш Ю. Я. Кон'юнктура товарних ринків: конспект лекцій з курсу “Кон'юнктура товарних ринків” для студентів спеціальності 6.030507 “Маркетинг” / В. В. Кузяк, Ю. Я. Добуш. – Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2013. – 200 с.
92. Кобєлева Т. О. Формування та оцінювання кон'юнктури ринку електротехнічної продукції: автореф. дис. ... канд. екон. наук: спец. 08.00.04 “Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)” / Т. О. Кобєлева. – Харків, 2012. – 23 с.
93. Кощій О. В. Прогнозування кон'юнктури ринку молочних продуктів з врахуванням циклічності розвитку економіки України: автореф. дис. д-ра екон. наук: спец. 08.00.03 “Економіка та управління національним господарством” / О. В. Кощій. – Полтава, 2010. – 38 с.
94. Абакуменко О. В. Методи і моделі оцінювання кон'юнктури фінансового ринку / О. В. Абакуменко // Чернігівський науковий часопис. Серія 1: Економіка і управління. – 2013. – № 1(4). – С. 98–103.
95. Осташко Т.О. Ринкова трансформація аграрного сектора / Т.О. Осташко – К.: Фенікс, 2004. – 280 с.
96. Дудар Т.Г., Дудар В.Т. Формування ринку конкурентоспроможної агропродовольчої продукції: теорія, методика, перспективи: Монографія. – Тернопіль: Економічна думка, 2009. – 246 с.
97. Євтушевська О. В. Особливості поведінки споживачів на ринку в сучасних умовах / О. В. Євтушевська // Інвестиції: практика та досвід. Економічна наука. – 2016. – № 20. – С. 22–24.



98. Стратегії ціноутворення [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [https://pidruchniki.com/1842112036835/marketing/strategiyi\\_tsinoutvorenniya](https://pidruchniki.com/1842112036835/marketing/strategiyi_tsinoutvorenniya).

99. Основні типи ринкових структур, їх загальна характеристика [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://referat-ok.com.ua/ekonomichna-teoriya/osnovni-tipi-rinkovih-struktur-jih-zagalna-harakteristika>.

100. Шаманська О. І. Державне регулювання ринку агропродовольчої продукції / О. І. Шаманська // Державне управління. Економіка та держава. – 2014. – № 5. – С. 129-132.

101. Долгіх Я. В. Застосування методу ДЕА для оцінки ресурсних показників, що забезпечують ефективне виробництво та реалізацію основних видів продукції рослинництва сільськогосподарськими підприємствами України / Я. В. Долгіх // Вісник сумського національного аграрного університету. – Серія «економіка і менеджмент». – 2016. – Вип. 1 (67). – С. 30 – 35.

102. SWOT-аналіз. Сутність і значення SWOT-аналізу [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://pidruchniki.com/1577111551903/marketing/swot-analiz>.

103. SWOT-аналіз: кому, коли й навіщо потрібен (+ реальний приклад) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.bakertilly.ua/news/id1471>.

104. Оганесян В. С. Актуальні проблеми управління та адміністрування: теоретичні і практичні аспекти: матеріали Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції науковців, аспірантів та студентів 10 листопада 2016 р. – Кам'янець-Подільський, 2016. – С. 232 – 235.

105. Вороненко В. І. Наукові основи сталого розвитку вівчарства / В. І. Вороненко // Вісник аграрної науки. – 2006. - № 3-4. – С. 121-123.

106. Бусенко О.Т., Столюк В.Д., Могильний О.Й. та ін. Технологія виробництва продукції тваринництва: Підручник / О.Т. Бусенко, В.Д. Столюк, О.Й. Могильний та ін.; За ред. О.Т. Бусенка. — К.: Вища освіта, 2005. — 496 с.: іл.

107. Бусенко О. Т. та ін. Технологія виробництва продукції тваринництва: Підручник / О.Т. Бусенко, В.Д. Столюк, М. В. Штомпель та ін.; . — К.: Аграрна освіта, 2001. — 432 с.: іл..

108. Бінкевич В. Я., Микитин Л.Є. Баранина – поживний та цінний продукт харчування/ В. Я. Бінкевич, Л.Є. Микитин // Науковий вісник ЛНУВМБТ імені С.З. Ґжицького. – 2011. – Том 13. - № 4 (50). – Частина 4. – С. 297 – 300.

109. Irfana Mariam. Distribution of Some Trace and Macrominerals in Beef, Mutton and Poultry [Електронний ресурс] / Irfana Mariam, Shehla Iqbal, Saeed Ahmad Nagra // INTERNATIONAL JOURNAL OF AGRICULTURE & BIOLOGY. – 2004. – Режим доступу до ресурсу: [http://www.academia.edu/3540221/](http://www.academia.edu/3540221/Distribution_of_sometrace_and_macrominerals_in_beef_mutton_and_poultry) Distribution of sometrace and macrominerals in beef mutton and poultry.

110. Поживна цінність м'яса [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://buklib.net/books/34856/>.

111. Баранина: користь, шкода і калорійність [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.gospo.top/2017/04/baranyna-koryst-shkoda-kalorijnist.html>.

112. Бургу Ю. Г. Товарознавча характеристика м'ясної продукції вівчарства / Ю. Г. Бургу // Науковий вісник Полтавського університету споживчої кооперації України. – № 1 (28). – 2008. – С. 71 – 74.

113. Товарознавча характеристика продукції вівчарства: монографія / Бургу Ю. Г. – П.: РВВ ПУЕТ, 2011. – 190 с.

114. Штомпель М.В., Вовченко Б.О. Технологія виробництва продукції вівчарства: Навч. видання. — К.: Вища освіта, 2005. — 343 с.: іл..

115. Продукція вівчарства [Електронний ресурс]. – Режим доступу:<http://skotnyidvor.ru/dovidnyk-zooinzhenera-produktsiya-vivcharstva.html>.

116. Властивості овечого молока [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://pidruchniki.com/85001/tovaroznnavstvo/vlastivosti\\_ovechogo\\_moloka](http://pidruchniki.com/85001/tovaroznnavstvo/vlastivosti_ovechogo_moloka).

117. Диндин М. Л. Основні тенденції системи вівчарства /М. Л. Диндин// Науковий вісник ЛНУВМБТ імені С.З. Ґжицького. – 2013. – Том 15. - № 1 (55). – Частина 5. – С. 59 – 65.
118. Кормовиробництво [Електронний ресурс]. – Режим доступу:<http://lib.chdu.edu.ua/pdf/posibnuku/246/21.pdf>.
119. Корми : бібліографічний покажч. / ВДАУ ; упоряд. О. А. Шевчук, Н. Г. Дудкевич ; ред. Г. М. Калінкіна; відп. за вип. Н. С. Головка. – Вінниця, 2009. – 46 с.: іл..
120. Зінченко О. І. Кормовиробництво: Навчальне видання. — 2-е вид., доп. І перероб. – К.: Вища освіта, 2005. – 448 с.: іл..
121. Організація кормовиробництва [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://agro.ua.net/economics/documents/category-119/doc-190/>.
122. Оганесян В. С. Сучасний стан поголів'я овець на ринку продукції вівчарства. Міжнародна науково-практична конференція «Аграрна наука та освіта в умовах Євроінтеграції» (Секція «Економіка галузей та обліково-фінансове забезпечення інноваційного розвитку підприємництва, торгівлі та біржової діяльності»), 20 – 22 березня 2018 року, м. Кам'янець-Подільський.
123. Оганесян В. С. Динаміка поголів'я овець на ринку продукції вівчарства в Україні та у світі //Eurasian Academic Research Journal. – 2018. – №. 2 (20). – С. 97-101.
124. Оганесян В. С. Сучасний стан виробництва продукції вівчарства на ринку України// "Східна Європа: Економіка, Бізнес та Управління" . – 2018. – №. 3 (14). – С. 87-96.
125. Оганесян В.С. Кормовиробництво як елемент забезпечення ефективного виробництва продукції вівчарства / В. С. Оганесян // Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Економіка і управління». Київ – 2018. – Випуск - №4. – Том 29 (68). – С. 69-74.
126. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. — Режим доступу: [https://ukrstat.org/uk/druk/publicat/kat\\_u/publ7\\_u.htm](https://ukrstat.org/uk/druk/publicat/kat_u/publ7_u.htm).

127. Держкомстат України. URL : [http:// www.ukrstat.gov.ua](http://www.ukrstat.gov.ua). (дата звернення 22.01.2018).
128. Food and Agriculture Organization of the United Nations [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.fao.org/countryprofiles/index/en/?iso3=UKR>.
129. Сільське господарство України: статистичний збірник. Київ, 2016. 246 с.
130. Значення культурних пасовищ [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://buklib.net/books/34693/>.
131. Створення та раціональне використання культурних пасовищ [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zhmenka.com/roslinnictvo/stvorenniya-ta-racionalne-vikoristannya-kulturnix-pasovishh/>.
132. Літнє утримання овець [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://ua-referat.com/Літнє\\_утримання\\_овець](http://ua-referat.com/Літнє_утримання_овець).
133. Технологія утримання овець [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://agro-business.com.ua/agro/suchasne-tvarynnytstvo/item/7965-tekhnohiiia-utrymannia-ovets.html>.
134. Жарук П. Г., Жарук Л. В. Фактори формування ефективності галузі вівчарства/ П. Г. Жарук, Л. В. Жарук //Науковий вісник «Асканія-Нова». – 2015. – № 8. – С. 133-140.
135. Вдовиченко Ю.В., Жарук П.Г. Стан та перспективи розвитку галузі вівчарства України/ Ю.В. Вдовиченко, П. Г. Жарук //Вісник Дніпропетровського державного аграрного університету. – 2013. – № 1 (31). – С. 135-138.
136. Вдовиченко Ю.В., Іовенко В. М., Жарук П. Г., Кудрик Н. А., Жарук Л. В. Стан та наукове забезпечення галузі вівчарства в Україні / Ю.В. Вдовиченко, В. М. Іовенко, П. Г. Жарук, Н. А. Кудрик, Л. В. Жарук // Науковий вісник «Асканія-Нова». – 2016. – Вип.9. – С. 3-16.

137. Демчак І. М. Економічні аспекти ефективності виробництва продукції вівчарства в Україні / І. М. Демчак, В. О. Завалевська, І. І. Антонік, Г. В. Трофімова, С. О. Гримблат, Л. В. Шапаренко // Продуктивність агропромислового виробництва. економічні науки. - 2013. - Вип. 23. - С. 69-77. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Pav\\_2013\\_23\\_13](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Pav_2013_23_13).

138. Формування транскордонних транспортно – логістичних кластерів як пріоритетний напрям розвитку прикордонних регіонів України / В.В. Гоблик, В.В. Папп // Економічний форум. – 2013. - №4 . – С. 55 – 63.

139. Войнаренко М. П. Кластери як полюси зростання конкурентоспроможності регіонів / М. П. Войнаренко // Економіст. – 2008. – № 10. – С. 27 – 30.

140. Державна регіональна політика України. - Особливості та пріоритети сучасної державної. - Частина IV. - С.563-602.

141. Про кооперацію: Закон України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/469/97-вр>.

142. Виробничі кооперативи [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://economicdemocracy.org.ua/index.php/cooperation/types-of-cooperatives/production-cooperatives>.

143. Ушкаренко Ю.В. Моделювання розвитку кооперації в агропромисловому виробництві південного регіону України / Ю.В. Ушкаренко // Економічні інновації: Зб. наук. пр. — Одеса: ІПРЕЕД НАН України, 2013. — Вип. 54. — С. 330-335.

144. Пантелеймоненко А. О. Сільськогосподарські виробничі кооперативи: використання зарубіжного досвіду для удосконалення української моделі / А. О. Пантелеймоненко // Вісник Харківського національного аграрного університету ім. В. В. Докучаєва. Сер. : Економічні науки. - 2014. - № 6. - С. 53-64.

145. Державна служба статистики України. Україна в цифрах 2016. Статистичний збірник. – К. – 2017. – С. 240.

146. Задої А. О. Міжнародні стратегії економічного розвитку: Навч. посіб. /За ред. А. О. Задої. – К.: Знання, 2007. – 332 с.

147. World Economic Forum. The Global Competitiveness Report 2016 – 2017 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.weforum.org>.

148. Національний банк України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [https://bank.gov.ua/control/uk/publish/article?art\\_id=65613#top](https://bank.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=65613#top).

149. Економічна статистика. Зовнішньоекономічна діяльність [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.weforum.org>.

150. Завадський Й. С., Осовська Т. В., Юшкевич О. О. Економічний словник / Й. С. Завадський, Т. В. Осовська, О. О. Юшкевич // - К.: Кондор, 2006. – 356 с.

151. Food and Agriculture Organization of the United Nations [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [https://stats.oecd.org/viewhtml.aspx?datasetcode=HIGH\\_AGLINK\\_2017&lang=en#](https://stats.oecd.org/viewhtml.aspx?datasetcode=HIGH_AGLINK_2017&lang=en#).

152. Горбачук В. М., Сирку А.А., Сулейманов С. Б. Основи аналізу охоплення даних / В. М. Горбачук, А.А. Сирку, С. Б. Сулейманов // Вісник ОНУ імені І. І. Мечнікова, 2017. – Т. 22. – Вип. 2 (55). – С. 178 – 182.

153. Білич А. В. Теоретична сутність та аналіз технічної ефективності аграрних підприємств / А. В. Білич // Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Економіка» : збірник наукових праць / ред. кол. : І. Д. Пасічник, О. І. Дем'янчук. – Острог : Видавництво Національного університету «Острозька академія», 2014. – Випуск 25. – С. 37–41.

154. Долгіх Я. В. Застосування методу DEA для оцінки ресурсних показників, що забезпечують ефективне виробництво та реалізацію основних видів продукції рослинництва сільськогосподарськими підприємствами України / Я. В. Долгіх // Вісник Сумського національного аграрного університету. Серія «Економіка і менеджмент», 2016. – Випуск 1 (67). – С. 30 – 35.

155. Долгіх Я. В. Оцінка ефективності виробництва та реалізації продукції рослинництва сільськогосподарськими підприємствами України за методом DEA / Я. В. Долгіх // Економіка АПК. – 2016. – № 4. – С. 33-38.

[Електронний ресурс]. – Режим доступу:  
<http://repo.sau.sumy.ua/handle/123456789/3776>.

156. Славкова О.П., Ковальова О.М. Перспективи розвитку вівчарства/ О.П. Славкова, О.М. Ковальова //Миколаївський національний університет імені В. О. Сухомлинського. Глобальні та національні проблеми економіки. – 2017. – Випуск 19. – С. 101 – 106.

157. Скабаль, В. І. Індикатори та основні напрями розвитку галузей тваринництва регіонів України [Текст] / Валентина Іванівна Скабаль // Економічний аналіз: зб. наук. праць / Тернопільський національний економічний університет; редкол.: В. А. Дерій (голов. ред.) та ін. – Тернопіль: Видавничо-поліграфічний центр Тернопільського національного економічного університету “Економічна думка”, 2014. – Том 17. – № 3. – С. 70-75.

158. Як будемо розвивати вівчарство та козівництво найближчими роками [Електронний ресурс]. – Режим доступу:  
<https://blog.poltava.to/tovstyti/6256/>.

159. Породи овець [Електронний ресурс]. – Режим доступу:  
[https://www.google.com.ua/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=14&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwiZoOyUn\\_TdAhUGDuwKHYueBy0QFjANegQIChAC&url=http%3A%2F%2Fzt-tehnolog.at.ua%2F\\_fr%2F0%2F3971618.doc&usg=AOvVaw3tO2sUBfFwzQpV9-xROp5c](https://www.google.com.ua/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=14&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwiZoOyUn_TdAhUGDuwKHYueBy0QFjANegQIChAC&url=http%3A%2F%2Fzt-tehnolog.at.ua%2F_fr%2F0%2F3971618.doc&usg=AOvVaw3tO2sUBfFwzQpV9-xROp5c).

160. Породи овець [Електронний ресурс]. – Режим доступу:  
 Джерело: <http://animalukr.ru/fermerske-gospodarstvo/11786-porodi-ovec.html>.

161. Породи овець [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://agro-business.com.ua/agro/suchasne-tvarynnnytstvo/item/8013-porody-ovets.html>.

162. Строительство животноводческой фермы [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [https://promstan.ibud.ua/ru/company-prais/stroitelstvo-zhivotnovodcheskkoj-fermy-promstan-3074895?utm\\_source=ibud.ua&utm\\_medium=price](https://promstan.ibud.ua/ru/company-prais/stroitelstvo-zhivotnovodcheskkoj-fermy-promstan-3074895?utm_source=ibud.ua&utm_medium=price).

163. Доильный аппарат для коз и овец «Моя Милка» – 13 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://prom.ua/p91315659-doilnyj-apparat-dlya.html>.
164. Машинка для стрижки Constanta 4 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://horoshun.com.ua/catalog/for-ovtsy-i-kozy/>.
165. Поилки для КРС с подогревом [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://agrovektor.com/physical\\_product/37132-poilki-dlya-krs-s-podogrevom.html](https://agrovektor.com/physical_product/37132-poilki-dlya-krs-s-podogrevom.html).
166. Причіпний кормозмішувач BvL V-MIX 10 Plus [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://autoline.ua/-/kormozmishuvachi/BvL-V-Mix-10-Plus--18032308583486153600>.
167. Транспортёры навозоуборочные ТСН-2Б [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ua.all.biz/uk/navozouborochne-transportery-g2283439>.
168. Прес гідравлічний, 20 т, 750 х 650 х 1510 мм (комплект з 2 частин) МТХ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.olx.ua/uk/obyavlenie/pres-gdravlchniy-20-t-750-h-650-h-1510-mm-komplekt-z-2-chastin-mtx-IDBxy7M.html#c14d3b05b6>.
169. Сироварка «ПРО» 100 л [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://food-staff.com.ua/uk/sirovarni/147-sirovarka-pro-100-l.html>.
170. Компрессор холодильный Bock HGX12P/110 – 4S [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://intercool.com.ua/kompressory/holodilnye/bock/kompressor-holodilnyj-bock-hgx12p-110-4s.html>
171. Державна підтримка галузі тваринництва 2016 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.slideshare.net/DairyNews/2016-60005250>.
172. Закон України «Про Державний бюджет України на 2016 рік» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/928-19>.
173. Про інвестиції [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://про-інвестиції.укр/приватні-інвестиції/>.



174. Приватні інвестиції [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://pinvest.com.ua/про-компанію/>.

175. Схованка для виробничої культури [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.zerno-ua.com/journals/2017/iyun-2017-god/shovanka-dlya-virobnichoyi-kulturi>.

176. Halal Global Ukraine. Центр сертифікації [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.halalglobal.in.ua/ua/>.

177. Центр сертифікації Халяль [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://halal.ua/require/>.

# ДОДАТКИ

## Додаток А

**Динаміка поголів'я овець у сільськогосподарських підприємствах тис.  
голів**

Області	Роки								Відхилення, (+, -)	
	1991	2001	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2016 р. до 1991р.	2016р. до 2015р.
<b>Україна</b>	7164,1	412,4	294,9	285,8	260,4	243,7	200,8	181,4	-6982,7	-19,4
Автономна Республіка Крим*	838,2	74,3	33,4	29,8	20,2	15,4	-	-	-	-
<b>Вінницька</b>	328,5	18,5	7,7	7,8	7,7	5,5	5,3	5,1	-333,6	-0,2
<b>Волинська</b>	116,9	1,0	0,5	0,7	0,7	0,8	0,8	0,9	-117,8	0,1
<b>Дніпропетровська</b>	429,8	7,5	14,7	15,7	15,5	14,9	15,0	14,2	-444	-0,8
<b>Донецька</b>	230,6	32,6	25,2	18,5	18,9	17,5	11,6	7,7	-238,3	-3,9
<b>Житомирська</b>	146,6	3,7	5,2	5,5	6,1	4,9	4,4	4,9	-151,5	0,5
<b>Закарпатська</b>	197,3	10,6	17,7	18,5	18,5	16,8	10,7	10,1	-207,4	-0,6
<b>Запорізька</b>	704,3	22,7	9,5	9,9	10,0	10,9	12,6	8,9	-713,2	-3,7
<b>Івано-Франківська</b>	46,0	0,4	0,7	1,0	1,7	2,1	2,3	2,7	-48,7	0,4
<b>Київська</b>	53,0	1,9	6,7	6,1	5,4	4,7	4,5	4,9	-57,9	0,4
<b>Кіровоградська</b>	324,9	15,8	6,7	7,4	7,1	6,8	6,1	5,9	-330,8	-0,2
<b>Луганська</b>	201,6	14,2	9,5	9,2	8,7	9,1	3,1	3,4	-205	0,3
<b>Львівська</b>	43,0	0,6	1,5	2,0	2,8	3,3	3,8	3,9	-46,9	0,1
<b>Миколаївська</b>	378,8	16,3	13,5	11,5	11,3	8,9	8,0	6,6	-385,4	-1,4
<b>Одеська</b>	525,9	77,6	72,6	72,4	58,8	56,9	51,9	44,3	-570,2	-7,6
<b>Полтавська</b>	351,1	11,0	7,4	7,1	7,2	8,2	8,5	9,6	-360,7	1,1
<b>Рівненська</b>	80,5	1,0	1,2	1,7	2,3	2,3	1,6	1,6	-82,1	0
<b>Сумська</b>	228,6	8,5	8,4	8,0	7,1	5,9	4,8	5,2	-233,8	0,4
<b>Тернопільська</b>	143,6	0,4	0,4	0,4	0,5	0,6	0,5	0,5	-144,1	0
<b>Харківська</b>	257,2	14,2	11,5	10,4	10,9	11,7	10,7	8,4	-265,6	-2,3
<b>Херсонська</b>	811,7	48,5	23,4	21,9	18,7	17,7	17,6	16,4	-828,1	-1,2
<b>Хмельницька</b>	237,0	9,0	3,0	4,0	3,3	3,7	3,7	3,5	-240,5	-0,2
<b>Черкаська</b>	224,5	7,7	4,8	5,1	5,9	5,0	4,6	4,2	-228,7	-0,4
<b>Чернівецька</b>	94,8	9,1	5,9	7,0	7,1	6,2	5,0	4,6	-99,4	-0,4
<b>Чернігівська</b>	169,7	5,3	3,8	4,2	4,0	3,9	3,7	3,9	-173,6	0,2

Дані наведено без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим та м. Севастополя; за 2014-2016 рр. – також без урахування частини зони проведення антитерористичної операції.

Джерело: власні дослідження.

## Додаток Б

## Динаміка поголів'я овець у господарствах населення, тис. голів

Області	Роки								Відхилення, (+, -)	
	1991	2001	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2016 р. до 1991р.	2016 р. до 2015р.
<b>Україна</b>	732,1	550,7	805,6	807,4	813,0	823,0	585,0	562,5	-169,6	-22,5
Автономна Республіка Крим*	181,3	72,6	250,9	229,7	198,9	191,4	-	-	-	-
Вінницька	2,4	2,3	2,9	3,6	3,8	4,1	4,0	3,4	1	-0,6
Волинська	9,2	10,6	7,2	7,6	7,7	7,7	7,8	7,7	-1,5	-0,1
Дніпропетровська	4,8	1,4	15,4	13,5	13,7	13,6	13,0	11,7	6,9	-1,3
Донецька	22,0	6,7	24,2	25,6	27,2	26,9	22,9	20,2	-1,8	-2,7
Житомирська	3,0	3,2	3,8	4,4	4,9	5,1	4,7	4,3	1,3	-0,4
Закарпатська	50,4	62,6	84,8	86,9	110,1	112,8	103,9	100,6	50,2	-3,3
Запорізька	20,8	5,8	14,5	16,9	18,6	19,9	20,9	22,5	1,7	1,6
Івано-Франківська	9,6	22,0	6,4	7,0	7,0	7,1	7,0	6,5	-3,1	-0,5
Київська	2,1	1,1	2,2	2,6	2,9	3,5	3,5	3,7	1,6	0,2
Кіровоградська	2,1	1,5	4,7	5,9	6,3	7,2	7,1	6,6	4,5	-0,5
Луганська	9,1	7,3	20,7	19,1	19,9	21,4	13,0	11,6	2,5	-1,4
Львівська	7,5	7,6	3,9	4,9	5,1	5,6	4,9	4,7	-2,8	-0,2
Миколаївська	11,5	4,5	16,8	17,2	18,4	24,4	24,7	26,0	14,5	1,3
Одеська	243,7	268,2	250,7	260,9	260,2	260,0	241,9	231,7	-12	-10,2
Полтавська	2,6	1,5	4,8	5,8	6,4	6,8	7,5	7,2	4,6	-0,3
Рівненська	4,1	4,8	3,6	3,7	4,4	4,5	4,3	3,6	-0,5	-0,7
Сумська	4,2	5,2	6,6	7,4	9,0	9,6	9,3	9,2	5	-0,1
Тернопільська	2,3	1,9	1,1	1,1	1,3	1,3	1,2	1,2	-1,1	0
Харківська	4,0	3,3	21,8	24,0	25,0	26,3	25,9	26,8	22,8	0,9
Херсонська	86,1	12,5	16,8	16,1	17,4	16,6	15,4	13,4	-72,7	-2
Хмельницька	1,3	1,8	1,8	2,1	2,1	2,3	2,2	2,3	1	0,1
Черкаська	1,8	1,1	2,2	3,0	3,1	3,9	3,6	3,0	1,2	-0,6
Чернівецька	43,4	37,9	33,8	33,3	34,0	35,1	30,8	29,2	-14,2	-1,6
Чернігівська	2,8	3,3	3,5	4,6	5,1	5,4	5,5	5,4	2,6	-0,1

\* Дані наведено без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим та м. Севастополя; за 2014-2016 рр. - також без урахування частини зони проведення антитерористичної операції.

Джерело: власні дослідження автора за даними [127].

## Додаток В

**Виробництво баранини та козятини по регіонах України в  
сільськогосподарських підприємствах у забійній масі, тис. т**

Області	Роки							Відношення, %
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2016р. до 2010 р.
Україна	0,9	1,1	0,9	0,8	0,9	0,6	0,6	66,7
Дніпропетровська	0,0	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	х
Донецька	0,1	0,2	0,1	0,1	0,1	0,0	0,0	х
Закарпатська	0,1	0,1	0,1	0,1	0,0	0,0	0,0	х
Запорізька	0,1	0,1	0,0	0,0	0,1	0,2	0,1	100,0
Кіровоградська	0,0	0,0	0,0	0,1	0,1	0,0	0,0	х
Одеська	0,4	0,3	0,5	0,2	0,3	0,2	0,2	50,0
Полтавська	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0	0,1	х
Херсонська	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	100,0

Джерело: власні дослідження автора за даними [127].

**Виробництво баранини та козятини по регіонах України в  
господарствах населення у забійній масі, тис. т**

Області	Роки							Відношення, %
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2016р. до 2010 р.
Україна	12,9	13,0	13,5	13,6	13,5	13,1	12,8	99,2
Вінницька	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,1	50,0
Волинська	0,2	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	50,0
Дніпропетровська	0,5	0,4	0,4	0,6	0,6	0,6	0,3	60,0
Донецька	0,8	0,7	0,8	0,7	0,5	0,7	0,5	62,5
Житомирська	0,4	0,4	0,5	0,5	0,5	0,3	0,3	75,0
Закарпатська	2,9	3,1	3,3	3,3	2,9	2,7	2,7	93,1
Запорізька	0,4	0,4	0,5	0,5	0,4	0,4	0,5	125,0
Івано-Франківська	0,3	0,3	0,3	0,4	0,4	0,4	0,4	133,3
Київська	0,1	0,2	0,2	0,1	0,2	0,2	0,2	200,0
Кіровоградська	0,4	0,3	0,4	0,3	0,3	0,4	0,4	100,0
Луганська	0,7	0,6	0,6	0,5	0,5	0,3	0,9	128,6
Львівська	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	100,0
Миколаївська	0,4	0,3	0,3	0,2	0,3	0,4	0,5	125,0
Одеська	2,3	2,4	2,3	2,5	2,7	2,8	2,6	113,0
Полтавська	0,2	0,3	0,2	0,2	0,2	0,3	0,2	100,0
Рівненська	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,2	0,1	100,0
Сумська	0,4	0,3	0,4	0,4	0,4	0,3	0,3	75,0
Тернопільська	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,2	200,0
Харківська	0,4	0,7	0,7	0,8	0,8	0,7	0,6	150,0
Херсонська	0,6	0,5	0,5	0,5	0,5	0,4	0,4	66,7
Хмельницька	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	100,0
Черкаська	0,5	0,5	0,5	0,5	0,6	0,4	0,3	60,0
Чернівецька	0,4	0,5	0,4	0,4	0,5	0,5	0,6	150,0
Чернігівська	0,2	0,2	0,3	0,3	0,3	0,3	0,2	100,0

Джерело: власні дослідження автора за даними [127].

## Додаток Г

## Виробництво овечої вовни по регіонах України у сільськогосподарських підприємствах, т

Області	Роки							Відхилення, (+, -) 2016 р. від 2010 р.
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	
<b>Україна</b>	<b>584</b>	<b>552</b>	<b>478</b>	<b>423</b>	<b>379</b>	<b>314</b>	<b>266</b>	<b>-318</b>
Вінницька	11	12	12	6	6	5	3	-8
Волинська	1	1	1	2	1	2	2	1
Дніпропетровська	32	29	24	23	19	17	14	-18
Донецька	78	70	47	43	28	13	10	-68
Житомирська	3	7	9	6	4	6	7	4
Закарпатська	45	38	35	37	27	21	20	-25
Запорізька	22	22	17	19	19	17	17	-5
Івано-Франківська	1	2	2	2	2	3	4	3
Київська	2	2	2	0	1	1	3	1
Кіровоградська	11	11	11	10	9	6	6	-5
Луганська	26	22	17	16	8	7	2	-24
Львівська	2	1	1	1	1	2	1	-1
Миколаївська	24	22	23	21	19	15	10	-14
Одеська	169	158	139	114	116	92	76	-93
Полтавська	9	9	8	7	8	7	7	-2
Рівненська	2	5	4	4	2	1	2	0
Сумська	13	12	10	11	9	6	6	-7
Тернопільська	0	0	0	0	0	0	0	0
Харківська	20	21	17	15	15	15	7	-13
Херсонська	89	83	69	61	64	58	52	-37
Хмельницька	2	3	5	4	3	3	3	1
Черкаська	4	3	3	2	2	3	2	-2
Чернівецька	15	17	19	17	14	11	10	-5
Чернігівська	3	2	3	2	2	3	2	-1

Джерело: власні дослідження автора за даними [127].

## Виробництво овечої вовни по регіонах України у господарствах населення, т

Області	Роки							Відхилення, (+, -) 2016р. від 2010 р.
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	
<b>Україна</b>	<b>2066</b>	<b>2032</b>	<b>2054</b>	<b>2073</b>	<b>2182</b>	<b>1919</b>	<b>1767</b>	<b>-299</b>
Вінницька	6	6	7	8	8	8	8	2
Волинська	19	17	17	17	17	16	16	-3
Дніпропетровська	34	31	27	19	16	12	10	-24
Донецька	77	77	80	80	75	52	43	-34
Житомирська	9	7	7	7	8	8	7	-2
Закарпатська	173	172	178	179	178	164	161	-12
Запорізька	42	42	47	52	56	58	58	16
Івано-Франківська	18	18	20	20	20	20	19	1
Київська	2	2	3	3	4	4	6	4
Кіровоградська	7	7	7	7	6	6	6	-1
Луганська	37	38	38	36	30	23	19	-18
Львівська	10	11	12	13	14	12	12	2
Миколаївська	78	73	74	80	105	108	114	36
Одеська	1213	1212	1220	1227	1321	1118	1000	-213
Полтавська	19	19	22	24	26	26	25	6
Рівненська	18	18	18	18	18	19	13	-5
Сумська	19	18	18	17	17	15	16	-3
Тернопільська	2	1	1	1	1	2	2	0
Харківська	39	39	39	39	39	41	39	0
Херсонська	94	81	77	83	80	74	64	-30
Хмельницька	5	5	5	5	5	5	5	0
Черкаська	0	0	0	0	0	0	0	0
Чернівецька	135	128	127	129	130	120	116	-19
Чернігівська	10	10	10	9	8	8	8	-2

Джерело: власні дослідження автора за даними [127].

## Додаток Г

**Вихідні дані для розрахунку взаємозв'язку ціни реалізації з повною собівартістю баранини**

<b>Роки</b>	<b>Повна собівартість 1 ц, грн. (x)</b>	<b>Ціна реалізації 1 ц, грн. (y)</b>
2010	1541,3	1090,1
2011	1783,6	1084,0
2012	1874,7	1129,6
2013	2166,3	1238,8
2014	2738,5	1312,4
2015	2394,2	1691,5
2016	3190,8	2072,2
<b>Разом:</b>	<b>15689,4</b>	<b>9618,6</b>

Джерело: власні дослідження.

**Основні технічні обладнання модульної овечої ферми на 600 голів**

<b>№ п/п</b>	<b>Технічні обладнання</b>	<b>Кількість, шт.</b>	<b>Ціна, грн.</b>
1	Доїльний апарат – «Моя Милка»-13	6	17 100
2	Машинка для стрижки «Constanta » 4	2	14 300
3	Пластикові поїлки з підігрівом	10	23 800
4	Причіпний кормозмішувач BvL V-MIX 10 Plus	1	366 822
5	Транспортер для видалення гною ТСН-2Б	1	27 000
6	Прес гідравлічний, 20 т, 750 x 650 x 1510 мм (комплект з 2 частин) МТХ	1	7 000
7	Сироварка «ПРО» 100 л	3	35 000
8	Компресор холодильний Bock HGX12P/110 – 4S	1	36 597
<b>Всього:</b>		<b>24</b>	<b>894 519</b>

Джерело: власні дослідження за даними [150, 151, 152, 153, 154, 155, 156, 157]

## ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ

## «МЕРІНО-УКРАЇНА»

32383 Хмельницька область Кам'янець-Подільський район с. Чабанівка

вул. Шляхова 2

код ЄДРПОУ 36749551

14 листопада 2018 рік

Вчх №21

## ДОВІДКА

про впровадження результатів дисертаційного дослідження аспіранта  
Оганесяна Валеріка Самвеловича на тему:

**«ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНИЙ МЕХАНІЗМ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ  
РОЗВИТКУ РИНКУ ПРОДУКЦІЇ ВІВЧАРСТВА»**

В умовах активної інтеграції України на міжнародні продовольчі ринки, актуальним є на сьогодні по всьому світу отримання нового виду сертифікації тваринницької продукції – «Халяль». Українські виробники продукції вівчарства останнім часом все частіше спрямовують свої амбіції в цьому напрямку.

Практична значимість проведеної роботи полягає в тому, що запропоновані Оганесяном В.С. пропозиції щодо виробництва «халяльної» продукції вівчарства можуть бути використані у ТОВ «Меріно-Україна».

Практична цінність запропонованих наукових рекомендацій обумовлює доцільність їх впровадження у ТОВ «Меріно-Україна».



Директор ТОВ «Меріно-Україна»

Фока Н.П.





УКРАЇНА  
КАМ'ЯНЕЦЬ-ПОДІЛЬСЬКА РАЙОННА ДЕРЖАВНА АДМІНІСТРАЦІЯ  
ВІДДІЛ АГРОПРОМИСЛОВОГО РОЗВИТКУ,  
ЕКОЛОГІЇ ТА ПРИРОДНИХ РЕСУРСІВ

вул. Троїцька, 4, м. Кам'янець-Подільський, Хмельницька обл., 32301  
тел./ факс (03849) 9-11-67 e-mail: agro@kprda.gov.ua

62.11.2018 № 358/01-02/2018  
На № \_\_\_\_\_ від \_\_\_\_\_

ДОВІДКА

про впровадження результатів дисертаційного дослідження аспіранта  
Оганесяна Валеріка Самвеловича на тему:

**«ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНИЙ МЕХАНІЗМ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ  
РОЗВИТКУ РИНКУ ПРОДУКЦІЇ ВІВЧАРСТВА»**

В дисертаційній роботі стверджується, що перспектива розвитку ринку продукції вівчарства безпосередньо залежить від обсягу виробництва й збільшення поголів'я овець. Тому, для ефективного виробництва продукції вівчарства фермерам потрібно надавати підтримку при будівництві та проектуванні модульних ферм з утримання овець, оснащеними цехами з виробництва молока, сирів, м'яса, вовни.

Практична значимість проведеної роботи полягає в тому, що запропоновані Оганесяном В.С. пропозиції по ефективному виробництві продукції вівчарства можуть бути використані у розробці програмних матеріалів, які визначають напрямки підтримки та розвитку підприємств району.

Практична цінність запропонованих наукових рекомендацій обумовлює доцільність їх впровадження у господарствах району.

Начальник відділу



Н.М. Сузанська

**ПОДІЛЬСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ  
АГРАРНО-ТЕХНІЧНИЙ  
УНІВЕРСИТЕТ**

вул. Шевченка, 13, м. Кам'янець-Подільський  
Хмельницька обл., Україна, 32300.  
Тел. (03849) 2-52-92, тел./факс (03849) 2-52-18  
E-mail: main@pdatu.edu.ua www.pdatu.edu.ua



**STATE AGRARIAN  
AND ENGINEERING  
UNIVERSITY IN PODILYA**

13 Shevchenko Str., Kamianets-Podilskyi  
Khmelnitskyi region, Ukraine, 32300.  
Tel. (03849) 2-52-92, tel./fax (03849) 2-52-18  
E-mail: main@pdatu.edu.ua www.pdatu.edu.ua

10 жовтня 2018 р.

№ 41-01-794/2

Спеціалізованій Вченій Раді по  
захисту дисертацій на здобуття  
вченого ступеня кандидата  
економічних наук

**ДОВІДКА**

про впровадження результатів наукових досліджень аспіранта

Оганесяна Валеріка Самвеловича

Повідомляємо, що результати та пропозиції наукового дослідження Оганесяна Валеріка Самвеловича прийняті до використання у навчальному процесі Подільського державного аграрно-технічного університету та економічного факультету на кафедрі економіки, підприємництва, торгівлі та біржової діяльності при викладанні навчальних дисциплін «Економіка підприємств», «Економіка аграрного виробництва» та «Економіка та організація об'єднань діяльності підприємств».

Проректор з навчальної,  
науково-інноваційної  
та міжнародної діяльності

Т.Л. Білик





**УКРАЇНА**  
**ХМЕЛЬНИЦЬКА ОБЛАСНА ДЕРЖАВНА АДМІНІСТРАЦІЯ**  
**ДЕПАРТАМЕНТ АГРОПРОМИСЛОВОГО РОЗВИТКУ,**  
**ЕКОЛОГІЇ ТА ПРИРОДНИХ РЕСУРСІВ**

вул. Свободи, 70 м.Хмельницький, 29000  
тел.: 79-46-33, факс 72-05-96, E-mail: [dagro@adm-km.gov.ua](mailto:dagro@adm-km.gov.ua). Код ЄДРПОУ: 33709631

*27.11.2018р. №01-01/5901*

**ДОВІДКА**

про практичне застосування дисертаційного дослідження аспіранта кафедри економіки, підприємництва, торгівлі та біржової діяльності  
Подільського державного аграрно-технічного університету  
**Оганесяна Валеріка Самвеловича**

Цією довідкою підтверджується, що результати дисертаційного дослідження Оганесяна В.С. на тему: «Організаційно-економічний механізм забезпечення розвитку ринку продукції вівчарства» були розглянуті та використані в поточній роботі Департаментом агропромислового розвитку, екології та природних ресурсів Хмельницької обласної державної адміністрації. Найбільш цінні наукові висновки та практичні рекомендації автора стосувалися в запропонованні переходу до кластеризації галузі вівчарства та створення вівчарських кластерних мереж у регіонах України. Це дозволить вирішити низку проблем, насамперед, підвищиться рівень конкурентоспроможності регіону та виробленої продукції вівчарства, забезпечить робочими місцями населення регіону, збільшаться податкові надходження до бюджету, налагодиться ринок збуту, будуть впроваджуватися інноваційні підходи щодо виробництва.

Варто відмітити високу актуальність обраної теми дослідження та практичну цінність окремих пропозицій з огляду на вагоме значення агропромислового виробництва у соціально-економічному розвитку Хмельницької області.

Директор Департаменту

*[Signature]*  
О.Т. Омелянюк