

Впровадження сільськогосподарського дорадництва є важливою складовою процесу вступу України у Європейський Союз (ЄС). Дорадництво допомагає країні розуміти та виконувати величезний обсяг правил, норм і стандартів ЄС. Це включає в себе глибокий аналіз та адаптацію законодавства та інституцій до вимог ЄС, а також впровадження необхідних реформ. Це важливо для того, щоб українські господарства могли ефективно конкурувати на європейському ринку та впроваджувати сучасні технології у виробництво.

Загальновизнано, що ефективне сільськогосподарське дорадництво є важливою ланкою в процесі інтеграції України в ЄС, сприяючи розвитку конкурентоспроможного та сталого сільського господарства.

Список використаних джерел:

1. Закон України «Про сільськогосподарську дорадчу діяльність» URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1807-15#Text> (дата звернення 10.11.2023)
2. Fabregas, R., Harigaya, T., Kremer, M., Ramrattan, R. (2023). Digital Agricultural Extension for Development. In: Madon, T., Gadgil, A.J., Anderson, R., Casaburi, L., Lee, K., Rezaee, A. (eds) Introduction to Development Engineering. Springer, Cham. URL: https://doi.org/10.1007/978-3-030-86065-3_8 (дата звернення: 05.11.2023)
3. Савченко, В., & Кононенко, Л. (2022). Оптимізація функціонування малих сільськогосподарських підприємств у контексті співпраці з регіональними дорадчими службами. Таврійський науковий вісник. Серія: Економіка, (14), 43-51. <https://doi.org/10.32782/2708-0366/2022.14.6> (дата звернення 10.11.2023)

УДК 338: 631

*Тюленєв І.В.,
здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти;
Запірченко Л.Д., к.е.н., доцент
Центральноукраїнський національний технічний університет
м. Кропивницький*

ДИВЕРСИФІКАЦІЯ РИНКУ ЗБУТУ В МОЛОЧНІЙ ГАЛУЗІ

У сучасних умовах господарювання галузь молочного скотарства, з одного боку, належить до складних як в організаційному, так і в технологічному аспектах його складових, і з іншого, якій складно утримати рівень рентабельності на достатньому для розширеного відтворення. Українські виробники молочної продукції вимушені шукати нові можливості для розвитку бізнесу від нищівних ударів війни країни агресора проти України. При правильному та ефективному застосуванні стратегії диверсифікації підприємство матиме змогу підвищити свою ринкову вартість та збільшити прибутки.

Серед найбільш актуальних проблем молочної галузі, експертами визначено питання молочного сектору, на які бізнесу треба знайти відповідь:

– логістика – це не тільки заблоковані порти, тепер це час та вид транспортування, пропускна можливість прикордонних пунктів пропуску,

транзит через країни ЄС, процедури оформлення товарів для транзиту, подорожчання логістики у країни Африки, Близького Сходу тощо;

- сертифікація відповідності продукції вимогам та стандартам країн Європейського Союзу, які в найближчі місяці можуть стати основним ринком збуту української молочної продукції;

- потреба в лобіюванні інтересів українських виробників молочної продукції на ключових ринках країн-імпортерів [5].

Диверсифікація експорту стала важким випробуванням для виробників, яке триває і сьогодні, оскільки зміна експортного вектора спричиняє великі фінансові витрати та потребує більше часу для адаптації продукції до нових стандартів. Основними ринками збуту української молочної продукції у 2021 році були країни СНД (Казахстан, Білорусь, Узбекистан, Туркменістан, Таджикистан тощо) та Грузія, які разом охоплювали 53% частки від загального експорту молочної продукції. На другому місці був Близький Схід та Північна Африка (регіон MENA) – 16%. Далі країни Європи з долею експорту в 14%, а також Південно-Східна і Північна Азія – 10%. Ізраїль імпортує найбільше такі категорії продукції: «Молоко та вершки згущені» (0402), «Масло вершкове» (0405). Середнє зростання імпорту Ізраїлю з України за останні 5 років становить 48%. Частка України в імпорті молочної продукції Ізраїлю становить 6,8%.

При виборі потенційного ринку збуту можна скористатися наступними критеріями: розмір ринку, тенденції росту ринку, затрати на реалізацію ЗЕД, контрольованість ринку, рівень привабливості інвестицій, конкурентні переваги, ступінь ризикованості, можливість виходу з ринку. Після визначення доцільності виходу на новий іноземний ринок та його дослідження потрібно визначити організаційну форму присутності на ньому, на основі якої буде відбуватися підприємницька діяльність. Способи виходу на закордонні ринки широко залежать від можливого рівня ризикованості та ступеня очікуваної прибутковості. Для постачання на зовнішній ринок нової товарної позиції необхідно чітко проаналізувати цінову політику. Ціна – це показник рівня якості та безпечності продукції для здоров'я споживача. Щодо цінової політики на молоко, то підприємства забезпечують свою перевагу за рахунок якісних показників, у той час як господарства населення здають молоко низької якості і, відповідно, втрачають у ціні. Умови ринку вимагають від домогосподарств термінової зміни всієї системи ведення господарства, перебудови систем виробництва продукції, підвищення рівня механізації процесів доїння, налагодження постійних зв'язків з ринками збуту.

Якщо розглянути ціни на молочні продукти, то, за даними моніторингу УКАБ, кілограм молока екстра гатунку переробники купують в діапазоні 10,70-10,85 грн без ПДВ (в залежності від регіону), молоко вищого гатунку – 10,54-10,69 грн без ПДВ (в залежності від регіону). На європейському ринку ситуація трохи відрізняється: у найбільших європейських країнах-виробниках молока закупівельні ціни не залишаються на місці. За останні два місяці вони зміцнилися та становлять: Польща – 47,37 євро/100 кг; Нідерланди – 53,52 євро/100 кг (на 10%); Франція – 45,08 євро/100 кг (на 6%); Німеччина – 50,10 євро/100 кг (на 3%).

Зовнішньоекономічна діяльність підприємств у сучасних умовах функціонування ринку характеризується високою ризикованістю на всіх етапах

її реалізації. Недостатній об'єм інформації, непрогнозованість сезонних показників (у випадку досліджуваного ринку, кількість поголів'я корів та отриманої сировини), нестабільна економічна ситуація країни та інші чинники впливають на процес здійснення запланованих проєктів, оскільки більша частина стратегічних рішень приймається в умовах невизначеності. Запобігти високому впливу ризиків на будь-яку діяльність підприємства можливо за рахунок ефективного управління ними, тобто передбачення можливих факторів впливу, здійснення їх оцінки та розробки програми запобіганням можливим ризикам з метою мінімізації їх негативного впливу.

Необхідність зниження ризиків в молочному виробництві на основі диверсифікації виробництва, а також створення передумов зростання доходів підприємства обумовлює доцільність інвестиційних проєктів по переробці молока. При цьому безумовно всі рішення стосовно шляхів розвитку молокопродуктового підкомплексу повинні бути економічно обґрунтованими із врахуванням всіх загроз і наслідків, переваг та недоліків. Крім того, завдяки державним програмам підтримки і розвитку сільського господарства, підприємства досліджуваної галузі повинні безпосередньо отримувати субсидії з державного бюджету, використовувати механізм лізингу тощо.

Отже, диверсифікація виступає не лише засобом щодо уникнення кризового становища на підприємстві, але і управлінським інструментом його розвитку, відкриває нові можливості для розвитку вітчизняного бізнесу. Це і побудова нових виробничих потужностей, і створення нових робочих місць, і залучення інвестицій в нові технології.

УДК 640

*Усенко І.М.,
здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти
(Науковий керівник: к.е.н., доцент Сисоліна Н.П.)
Центральноукраїнський національний технічний університет
м. Кропивницький*

ЕКОНОМІЧНИЙ РОЗВИТОК І ЗАГРОЗИ ТУРАГЕНЦІЙ УКРАЇНИ У ВІЙСЬКОВИЙ ЧАС

Туризм – одна з основних галузей економіки України. З розвитком туризму в країні паралельно розвивається транспортна інфраструктура, покращується екологічний стан навколишнього середовища поблизу туристичних підприємств, рекреаційних зон, міська та комунальна інфраструктура. Але ринок туризму дуже вразливий до криз різного походження – соціально-економічні та політичні кризи, стихійні лиха, епідемії, воєнні конфлікти, що призводять до дестабілізації ситуації всередині країни. Дослідження розвитку туризму як однієї з основних галузей економіки під час війни та після її завершення є необхідним та актуальним.

Туристична галузь України, з початком повномасштабної війни пережила справжній крах. Велика кількість туристичних компаній закрилася або