

**Міністерство освіти і науки України  
Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки**

**ЛПІЧ Л. Г., ФАТЕНОК-ТКАЧУК А. О., КУТИКІНА К. М.**

**ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ РОЗВИТКУ  
ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ  
ПТАХІВНИЦТВА НА ЗАСАДАХ НЕТАРИФНОГО  
РЕГУЛЮВАННЯ**

*Монографія*

ЛУЦЬК  
ВЕЖА-ДРУК  
2014

УДК 339:330.53.(012)  
ББК 65.052.201.1я73  
Л 61

*Рекомендовано до друку вченою радою Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки  
(протокол № 12 від 28.05.2014 р.)*

## **РЕЦЕНЗЕНТИ:**

**Михайлова Л. І.** – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри менеджменту ЗЕД та євроінтеграції Сумського національного аграрного університету;

**Кузьмін О. Є.** – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри менеджменту та міжнародного підприємництва Національного університету «Львівська політехніка».

### **Ліпич Л. Г.**

Л 61 Формування системи розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємств птахівництва на засадах нетарифного регулювання : монографія / Любов Григорівна Ліпич, Алла Олександрівна Фатенок-Ткачук, Клавдія Миколаївна Кутикінна. – Луцьк : Східноєвр. нац. у-т ім. Лесі Українки, 2014. – 210 с.

ISBN 978-617-7181-50-6

У монографії досліджено теоретичні засади формування стратегії розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємств птахівництва, проаналізовано тенденції розвитку зовнішньоекономічної діяльності та нетарифні заходи регулювання на потенційних ринках збуту продукції птахівництва. Наведено засоби оптимізації впливу нетарифного регулювання у системі розвитку зовнішньоекономічної діяльності.

Рекомендовано для викладачів і студентів економічних спеціальностей вищих навчальних закладів, науковців та практиків у сфері зовнішньоекономічної діяльності підприємства.

**УДК 339:330.53.(012)**

**ББК 65.052.201.1я73**

© Ліпич Л. Г, Фатенок-Ткачук А. О, Кутикінна К. М, 2014

ISBN 978-617-7181-50-6

© Маліневська І. П. (обкладинка), 2014

## ВСТУП

В умовах відновлення виробництва сільськогосподарської продукції, розширення ринків збуту виникає необхідність розроблення системи розвитку зовнішньоекономічної діяльності як однієї з найважливіших складових управлінського процесу господарюючих суб'єктів. Ситуація ускладнюється впровадженням урядами країн світу додаткових нетарифних заходів регулювання, які мають захистити національних виробників продукції та підтримувати певний рівень цін всередині країни. Зі вступом України у Світову організацію торгівлі введена заборона на застосування імпорتنих квоти, які є ефективним заходом захисту національного виробника продукції птахівництва.

У зв'язку із зазначеним існує проблема визначення впливу нетарифних заходів регулювання на зовнішню торгівлю в цілому та зовнішньоекономічну діяльність підприємства зокрема. Вирішення цього завдання ускладнюється тим, що оцінити кількісно нетарифні заходи – складно. Крім того, існує неузгодженість в ідентифікації об'єкту, який безпосередньо підпадає під вплив нетарифних заходів регулювання. Цим обумовлена проблематика прогнозування умов збуту продукції на зовнішньому та внутрішньому ринках, що є можливим в межах системи розвитку зовнішньоекономічної діяльності на засадах нетарифного регулювання.

В умовах відновлення виробництва сільськогосподарської продукції, розширення ринків збуту виникає необхідність розроблення системи розвитку зовнішньоекономічної діяльності як однієї з найважливіших складових управлінського процесу господарюючих суб'єктів. Ситуація ускладнюється впровадженням урядами країн світу додаткових нетарифних заходів регулювання, які мають захистити національних виробників продукції та підтримувати певний рівень цін всередині країни. Зі вступом України у Світову організацію торгівлі введена заборона на застосування

імпортних квоти, які є ефективним заходом захисту національного виробника продукції птахівництва.

У зв'язку із зазначеним існує проблема визначення впливу нетарифних заходів регулювання на зовнішню торгівлю в цілому та зовнішньоекономічну діяльність підприємства зокрема. Вирішення цього завдання ускладнюється тим, що оцінити кількісно нетарифні заходи – складно. Крім того, існує неузгодженість в ідентифікації об'єкту, який безпосередньо підпадає під вплив нетарифних заходів регулювання. Цим обумовлена проблематика прогнозування умов збуту продукції на зовнішньому та внутрішньому ринках, що є можливим в межах системи розвитку зовнішньоекономічної діяльності на засадах нетарифного регулювання.

Питаннями розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємства в умовах протекціоналістської політики займалися такі вітчизняні та іноземні вчені, як: Л. Батченко, М. Дідківський, Ф. Горбонос, О. Кириченко, О. Кіреєв, Ю. Козак, А. Кредісов, Л. Ліпич, Ю. Макогон, Ю. Погорєлов, Л. Сопільник, М. Туган-Барановський, Л. Янковська. Особливостям нетарифного регулювання цього процесу присвятили свої праці – І. Балабанов, А. Деардорф, Б. Бора, В. Донеллі, І. Дюмулен, С. Коломацька, А. Кувахара, А. Мазаракі, В. Ревін, В. Новицький, Л. Стровський, В. Пресняков, Дж. Уолтер, Р. Хасбулатов, М. Ферантіно.

Не зменшуючи значення ґрунтовних досліджень відомих вчених у напрямку розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємств, залишаються питання щодо удосконалення теоретико-методичних підходів та прикладних засад систематизації цього процесу, не достатньо системною є мотивація впровадження нетарифних заходів регулювання з метою їх оцінювання задля мінімізації впливу, не розробленою залишається методичний апарат оптимізації зовнішньоекономічної діяльності, який би враховував невизначеність умов зовнішнього середовища у процесі його аналізу.

У монографії здійснено теоретичне узагальнення і представлено авторське бачення розв'язання наукової проблеми – формування системи розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємств птахівництва. Особливу практичну цінність мають запропоновані у монографічному дослідженні методичні рекомендації до аналізування зовнішньоекономічної діяльності підприємств, оцінювання впливу цінових та нецінових нетарифних заходв регулювання на розвиток ЗЕД, запропонована економіко-математична модель оптимізації обсягів збуту продукції на зовнішній ринок з врахуванням впливу нетарифних заходів регулювання.

Окремі положення, представлені у монографії вимагають подальших наукових обґрунтувань і практичних апробацій. Однак автори сподіваються, що книга викличе інтерес у читачів та сприятиме розвитку теорії та практики стратегічного планування зовнішньоекономічної діяльності.

## РОЗДІЛ І

### **ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ РОЗВИТКУ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА НА ЗАСАДАХ НЕТАРИФНОГО РЕГУЛЮВАННЯ**

#### **1.1 Сутність та особливості нетарифного регулювання у системі розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємств**

На функціонування світової економіки значною мірою впливають глобальні процеси в усіх її складових, у тому числі міжнародній торгівлі, яка охоплює переважну частину міжнародних економічних відносин. Наразі, у результаті фінансової кризи торгівля зазнала значних втрат – зменшився попит, знизився обсяг виробництва продукції та експорт. Водночас антикризові заходи, які стимулюють попит на вітчизняну продукцію, закривають кордони для імпорту багатьох товарів. У різних країнах уряди з листопада 2008 року запровадили приблизно 280 протекціоністських заходів. Не дивлячись на те, що країни великої двадцятки виступають за торгівлю без бар'єрів, вони встановили 121 із вище вказаних заходів.

В аналітичному центрі Global Trade Alert попереджають, що створення торгових бар'єрів – це спосіб пролонгувати рецесію в міжнародній економіці. Із доповіді Global Trade Alert відомо, що кількість дискримінаційних торговельних бар'єрів перевищує кількість заходів, спрямованих на лібералізацію торгівлі у співвідношенні 1 до 6 відповідно. Лідером за кількістю застосованих дискримінаційних заходів є Китай (99 заходів у 56 країнах). На другому місці – США (86 заходів у 49 країнах), на третьому – Німеччина (84 заходи в 30 країнах) [142, 20]. Протягом періоду 2008 – 2009 рр. країнами світу для захисту вітчизняного виробництва застосовано значну кількість інструментів регулювання зовнішньоекономічних відносин, такі як:

тарифні підвищення, імпорتنі ліцензії, антидемпінгові, компенсаційні заходи стимулювання експорту. Щодо України то, з 7 вересня 2009 року припинила діяти 13-відсоткова тимчасова надбавка до мита, що була впроваджена для підтримки вітчизняного машинобудування. Протягом її дії імпорт деяких видів продукції скоротився в 6 разів і державний бюджет не доотримав 0,5 млрд. грн. [112, 15]. У світі і раніше протекціоністські заходи, за допомогою яких намагалися захистити власну промисловість носять розповсюджений характер, але в умовах кризи ця проблема загострилась ще більше. Інструменти нетарифного регулювання є і були надзвичайно потужними засобами впливу на світову торгівлю.

Нетарифні бар'єри виникають у результаті державного регулювання, і є системою заходів законодавчого, виконавчого та контролюючого характеру, покликаних вдосконалювати зовнішньоекономічну діяльність (ЗЕД) в інтересах національної економіки [11, 26].

У ЗЕД державне регулювання має забезпечити захист економічних інтересів України за умови дотримання інтересів і створення однакових можливостей для суб'єктів ЗЕД з метою розвитку усіх видів підприємницької діяльності, незалежно від форм власності та розвиток конкуренції та ліквідацію монополії. Державне регулювання ЗЕД здійснюється шляхом розроблення та реалізації державної зовнішньоекономічної політики, що здійснюється у двох напрямках: політика вільної торгівлі; протекціонізм.

Під протекціонізмом розуміють державну політику, спрямовану на підтримку національної економіки, її захист від іноземної конкуренції. З однієї сторони, митний протекціонізм захищає національну економіку від зумисних (економічні диверсії) і не зумисних (циклічні економічні кризи) негативних впливів. Захисна функція митного протекціонізму існує незалежно від того, як конкретно розвиваються торговельно-економічні відносини з окремими країнами. З іншої сторони – протекціонізм як сукупність суспільних відносин, що виникають у результаті відсторонення внутрішнього економічного простору від умов конкуренції на зовнішньому

ринку, виконує наступальну дію, пов'язану з інтеграцією у світове господарство та активізацією міжнародних економічних відносин [130, 4].

Позитивні сторони протекціонізму: обмеження іноземної конкуренції з метою не допустити формування неефективної економічної структури в країні; забезпечення розвитку визначених галузей виробництва, коли в інших країнах вони вже більш розвинуті; скорочення безробіття [56, 29].

Вітчизняні науковці виділяють такі негативні наслідки впровадження протекціонізму (Макогон Ю. В. [56], Батченко Л. В. [13], Кириченко О. А. [67], Козак Ю. Г. [72]):

- послаблення зацікавленості вітчизняних підприємців у підвищенні технічного рівня й ефективності виробництва, що спричиняє застій через усунення іноземної конкуренції;

- послаблення конкуренції через утруднення доступу іноземних виробників;

- загроза виникнення монополістичного ринку конкретної продукції і як наслідок погіршення її якості.

У історичній ретроспективі динамічний розвиток виробництва при досягненні ним певного рівня дозволив створювати надлишковий продукт, за допомогою якого задовольняються не тільки потреби суспільства й виникає можливість міжнародного обміну.

У період функціонування Великого Шовкового Шляху – найдавнішої торгової магістралі між цивілізаціями західного світу і Далекого Сходу, приватна міжнародна торгівля розвивалась на матеріальній базі лихварів і не була орієнтована на задоволення потреб держави. Саме тому правлячі кола держави здавна намагались прибрати до рук цей сектор міжнародної торгівлі [127, 90]. Нагальної потреби нетарифного обмеження здебільшого не було, оскільки експортувався та імпортувався переважно той товар, який був ексклюзивним для території країни партнера.

Київська Русь використовувала ряд власних і транзитних торговельних шляхів, які проходили через її територію завдяки її географічному



положенню. Особливо важливе політичне значення мав торговельний шлях “Варягів до греків”, який з’єднував Скандинавію і Візантію через Балтійське море й Фінську затоку. Не менш важливе значення мали “Залізний шлях”, “Соляний шлях”, торговельний шлях до хазарської столиці – міста Ітіль. Крім того, галицькі князі використовували водні артерії річок Прута і Дунаю для торгівлі з Візантією [133, 162].

У історичних джерелах про Київську Русь можна відшукати підтвердження існування нетарифних бар’єрів у торгівлі між країнами. “Побоюючись київських князів. Грецькі імператори не наважувалися перешкоджати в торгівлі їхнім купцям – вони навіть зобов’язувалися доставляти їм все потрібне для життя за весь час перебування в Константинополі, але від усіх приїжджаючих вимагали князівського посвідчення, що це дійсно купці, а не якісь шукачі пригод, і незалежно від цього вживали всіляких заходів обережності: дозволяли їм входити в місто тільки в одні ворота, без зброї, невеликими партіями, не більше 50 чоловік відразу, і не інакше як під доглядом візантійських чиновників” [40, 41]. В Угоді із Візантією підписаній князем Ігорем визначалась кількість кораблів, що могли заходити до гаваней Константинополя. Передбачалось також, що максимальна (гранична) сума – до 50 солідів, яку міг витратити руський купець на ринку Константинополя; наприклад два відрізи шовку обмінювались на одного раба, ціна одного раба становила 10 солідів [60, 124]. Ми можемо такі події розглядати, як зародження ліцензування та квотування експорту й кількісного обмеження імпортованих товарів. Вже пізніше можна виявити політичні заходи нетарифного регулювання. А саме, не дивлячись на те, що починаючи з XIV ст. торговельні зв’язки Західної України (Галичина і Волинь) розвивались стабільно, приєднання Галичини до Польщі у 1349 р. призвело до зменшення частки українських купців. Крім того, Краків фактично мав монополію, як місто через яке відбувався торговельний обмін між Галичиною і Західною Європою. А. С. Філіпенко зазначає, що дискримінаційні заходи щодо галицьких купців з боку Польщі

змусили їх шукати нові шляхи до Західної Європи, внаслідок чого виникли нові торговельні центри, такі як Львів, Луцьк (став центром торгівлі з Польщею, Литвою, Московією і Заходом), Брест і Данціг (Прусія) [133, 166].

Більш активне впровадження нетарифних бар'єрів прослідковується у Європі з середини XIII століття. Так, наприклад повну заборону імпорту із Франції, Індії провадила Англія для захисту своїх ринків. Це втілилось у законі, який був прийнятий на вимогу британських виробників, який забороняв імпорт або носіння одягу з шовку ситцю з Індії, Китаю та Персії.

Активне впровадження нетарифних бар'єрів прослідковується у Європі з середини XIII століття. Так, наприклад повну заборону імпорту із Франції, Індії провадила Англія для захисту своїх ринків. Це втілилось у законі, який був прийнятий на вимогу британських виробників, який забороняв імпорт або носіння одягу з шовку ситцю з Індії, Китаю та Персії.

Обґрунтування необхідності впровадження нетарифних бар'єрів ми бачимо у більшості класичних теоріях міжнародної торгівлі (див. дод. А). Меркантилісти вважали, що держава повинна якомога більше продавати власних товарів на зовнішніх ринках і якнайменше купувати чужих. Це мало забезпечити позитивне торговельне сальдо, що є свого роду – кількісним обмеженням. Крім того, з метою збільшення експорту та зменшення імпорту, держава повинна заборонити або обмежити вивезення сировини і стимулювати їх безмитний імпорт. А також заборонити автономну торгівлю колоніальних та підлеглих територій, залишивши лише їх зв'язок із метрополією. Так у міжнародній торгівлі з'явилася державна протекція. В економіці керованій меркантилістами було безліч обмежень, регламентацій і заборон.

А. Сміт відвів державі роль “нічного сторожа, а не регулятора та регламентатора економічного життя”. Він вважав, що у разі конкуренції автоматичний механізм врівноважує природні й ринкові ціни до рівноваги. Тому за природної свободи держава має три функції: оборону країни, правильне адміністрування з позиції справедливості, організація діяльності,

яка не приносить прибутків суб'єкту господарювання. Тобто тим самим не заперечує можливості впровадження державою будь-яких заходів з метою максимізації економічного ефекту підприємця [165].

У вченнях Д. Рікардо [162] та Д. С. Мілля [159] не прослідковується трактування сутності нетарифних бар'єрів. Після теорії порівняльних переваг протекціоністські заходи впроваджувались дуже важко, оскільки сприймалися як перешкода взаємовигідним торговельним відносинам. Хоча вже у 60-70 роках XIX ст. протекціонізм зберігав свої позиції у зовнішньоекономічній політиці багатьох держав. Перевага надавалась переважно використанню мита. Ф. Ліст наголошував на тому, що молоді галузі повинні бути захищені від іноземних конкурентів торговельним митом доти, доки вони зможуть наростити потужності й знизити витрати виробництва внаслідок зростання їх масштабів.

Вчені неолібералізму (1929–1933 рр.), а саме його найяскравіші представники, такі як В. Ойкен [111], А. Рюстов [70, 34], Л. Єрхард [50], теж вказували на необхідність державного економічного регулювання. Це у свою чергу сприятиме створенню умов для ринкової конкуренції і свободи ціноутворення. На їх думку, стимулювання економічного розвитку можливе за рахунок надання державних замовлень та стимулювання експорту.

Інституціоналісти, такі як Т. Веблен [168], Дж. К. Гелбрейт [28], Г. Стакельберт, В. Зомбарт [70] теж виступають проти ідеалізації ринкового механізму, заперечують універсальну здатність ринку регулювати розвиток економіки. Зокрема, Дж. К. Гелбрейт стверджує, що ринок – не універсальний засіб економічного регулювання [28, 145]. Усі функції регулювання суперечностей економічного та суспільного життя повинна взяти на себе держава.

У ранні періоди М. Туган-Барановський [131, 23] погоджувався із марксистською критикою розвитку капіталістичної системи, однак після написання книги “Промислові кризи в сучасній Англії, їх причини і вплив на народне життя” перейшов у табір європейської соціал-демократії. Вчений

зазначав: “Протекційна торговельна політика – зброя завжди двосічна; через це з нею треба поводитись надзвичайно обережно, бо інакше захисне мито замість засобу до розвитку виробничих сил країни може стати рішучим гальмом такого розвитку”.

Продовжували цю думку прихильники теорії конкурентних переваг М. Портера, вбачаючи роль держави у створенні умов, координації та стимулюванні діяльності підприємства. Але підприємства самі повинні створювати та підтримувати конкурентну перевагу перед конкурентами з інших країн.

Повернення до протекціоналізму відбулося наприкінці ХІХ – початку ХХ ст. у вигляді підвищення митних тарифів, внаслідок кризи 1873 року. Але цей протекціоналізм був спрямований на переділ і захоплення нових ринків, тобто він носив агресивний характер.

Дж. М. Кейнс, одним із перших економістів ХХ ст. зрозумів, що капіталізм не виживе за сучасних умов без активного втручання держави в соціально економічні процеси: “Розширення функцій уряду у зв’язку із завданням координації нахилу до споживання та спонукання інвестування, я захищаю, як єдино можливий засіб уникнення повного руйнування існуючих економічних форм і як умову для успішного функціонування особистої ініціативи” [64, 297]. Пов’язавши фактори інвестицій і зайнятості, заощадження і нагромадження, сукупного попиту і національного доходу, він розробив модель розвитку ринкової економіки, пов’язану зі значним підвищенням ролі держави, яка проводить антикризові заходи, підвищує ефективний попит, базується на принципі повної зайнятості. Кейнсіанські підходи до стимулювання державного регулювання економіки були взяті на озброєння у багатьох країнах, що дозволило стабілізувати розвиток ринкових систем.

Вчені неокейнсіанського напрямку, А. Гансен, О. Домар, Р. Гаррод, виступали за прямий вплив держави на економічні процеси, а не опосередкований, як у Кейнса. У довоєнні роки та під час Другої світової

війни особливого значення серед протекціоністських заходів, набувають кількісні та валютні обмеження та адміністративні методи. Хоча вже у 1943 році на конференції з питань продовольства і сільського господарства в Хот-Спрінгсі було висунуте гасло: “Знизити будь-які бар’єри для міжнародної торгівлі і усунути всі форми дискримінаційних обмежень”.

З кінця 50-х років ХХ ст. розпочався новий етап у розвитку протекціоністських заходів. Поступово зменшувалась кількість нетарифних обмежень із розширенням можливостей митно-тарифних заходів. Цей етап митної політики був пов'язаний зі створенням Європейського економічного співтовариства та Європейської асоціації вільної торгівлі.

Криза, що виникла у 70-х роках помітно активізувала протекціоністські тенденції у всіх державах. Намагаючись підвищити своє економічне становище, держави підвищили митні тарифи, посилили практику нетарифних імпорتنних обмежень. Між 1966 та 1986 рр. часта імпорту, охоплена всіма нетарифними заходами зростає більш ніж на 20 % у США, майже на 40 % – в Японії та на 160 – в ЄЕС.

Ставлення держави щодо врегулювання зовнішньоекономічної діяльності змінювалось від політики “залізної завіси” до повної відміни заборон на імпорту товарів.

Наприкінці 70-х років найбільші країни Заходу підписали угоду, яка передбачає зниження мита й використання переважно нетарифних методів регулювання як засобу впливу державних структур на зовнішньоекономічну діяльність. Ці засоби вплинули як на зниження мита, так і на звуження сфери застосування кількісних обмежень імпорту. Разом з тим ширшого застосування набули такі методи, як гнучка система податків та митних зборів з метою захисту внутрішнього ринку від іноземної конкуренції.

У 80-х роках було взято на озброєння економічні концепції “економіки пропозицій”, сформульованої А. Лаффером, і монетаризму, створеної М. Фрідменом. Ці концепції стали теоретичною основою нової, неоконсервативної, моделі регулювання, уособлені постатями М. Тетчер і

Р. Рейгана. Одним із основних положень цих теорій є нехтування національними особливостями, глобальна інтеграція у світову економіку та забезпечення належним чином національних інтересів держави. Однак практичне застосування рекомендацій неоконсерваторів спричинило розвиток економічної кризи в 1981 – 1982 рр. у США, Великій Британії, а потім і в інших країнах.

Доцільність державного втручання в зовнішньоекономічну діяльність засвідчує той факт, що вже втретє в історії у 2001 р. Нобелівську премію з економіки присуджено критикам законів вільного ринку. Американські економісти Дж. Ейкерлоф, Дж. Стігліц та М. Спенз знайшли нову причину неефективної роботи ринків – їхнє недосконале інформаційне насичення і підтвердили необхідність посилення втручання держави в економіку.

Необхідність втручання держави в зовнішньоекономічну діяльність, у тому числі і у вигляді нетарифних бар'єрів, підтримує переважна більшість представників як вітчизняної, так і зарубіжної економічної науки. Необхідність поєднання державних та ринкових методів регулювання зовнішньої торгівлі підтверджує практика промислово розвинених країн світу. У свою чергу, національна економіка у своїй зовнішньоекономічній політиці взяла за основу поєднання двох форм – лібералізації та протекціонізму, що дозволить їй інтегруватись у світовий економічний простір.

На нашу думку, таке регулювання має бути націлене на розвиток міжнародної співпраці на світовому рівні та базуватись на системному підході, де підприємство, з одного боку, є суб'єктом мікрорівня, а з іншого – є основою або першоджерелом здійснення ЗЕД. У свою чергу, системою розвитку зовнішньоекономічної діяльності – сукупність взаємопов'язаних елементів, що гармонізують управління на державному та міждержавних рівнях, та забезпечують підтримку, захист національного виробника та розширення міжнародної співпраці (див. рис 1.1).

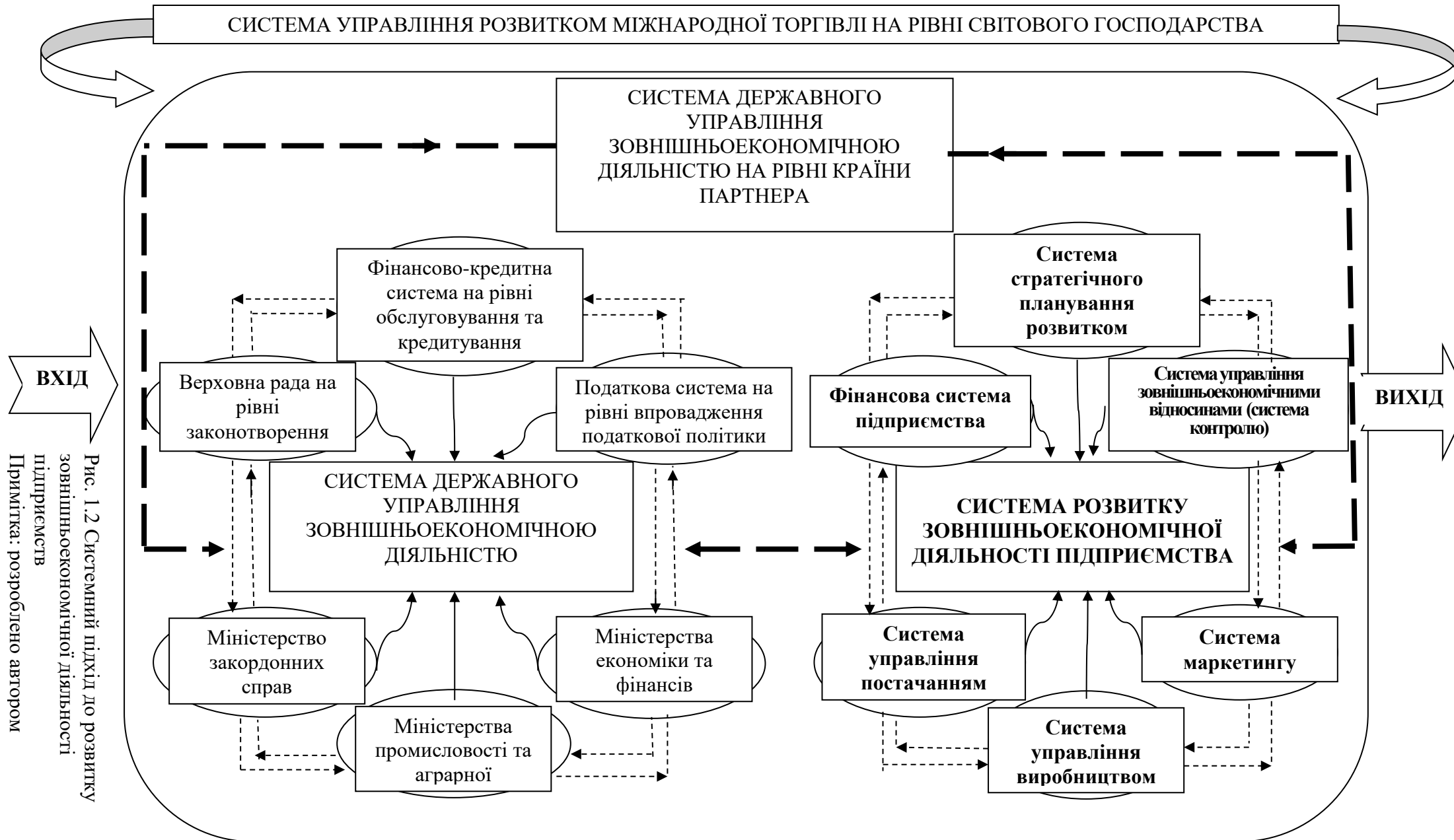


Рис. 1.2 Системний підхід до розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємств  
Примітка: розроблено автором

Система розвитку зовнішньоекономічної діяльності складається із таких підсистем як: система управління розвитком зовнішньоекономічної діяльності підприємства (частиною якої є система управління ЗЕД), системи державного управління зовнішньоекономічною діяльністю на рівні національної економіки, системи державного управління зовнішньоекономічною діяльністю на рівні країни партнера, система управління розвитком міжнародної торгівлі на рівні світового господарства. Функції системи управління розвитком міжнародної торгівлі виконують міжурядові офіційні організації, що виникають у результаті підписання двосторонніх угод між урядами відповідних країн та Міжнародний валютний фонд, яка проявляється у позачерговому кредитуванні деякої конкретної держави або повному ігноруванні експорту продукції певної країни.

Варто зазначити, що в Секретаріаті ГАТТ/СОТ уже тривалий час ведеться робота щодо встановлення переліку нетарифних бар'єрів. Ще на стадії підготовки до Токійського раунду переговорів Секретаріат підготував і поширив серед країн-учасниць перелік нетарифних бар'єрів, який містить детальні відомості про нетарифні обмеження. У 1983 р. рішенням міністерської сесії ГАТТ було створено групу щодо нетарифних обмежень, яка підготувала відповідні рекомендації до Уругвайського раунду [29]. Нині рішення щодо багатьох видів нетарифних бар'єрів – предмет багатосторонніх переговорів, деякі з них можна вважати так званою сірою зоною, яка не регулюється жодними угодами. Усе це створює серйозні проблеми для експортерів [36, 88].

У економічній науці та законодавстві України інструменти державного регулювання зовнішньої торгівлі поділяються на тарифні і нетарифні.

До сьогодні не існує єдиної думки, щодо тлумачення сутності нетарифних бар'єрів. Досконале розуміння цього поняття, володіння інформацією про стан нетарифного регулювання у потенційній країні-партнері, знання українського законодавства щодо цього питання, дозволять вітчизняним підприємствам більш досконало здійснювати стратегічне планування у площині аналізування зовнішнього середовища, тим самим підвищить ефективність реалізації його стратегій виходу на зовнішні ринки.



Інструменти нетарифного регулювання – це комплекс заходів, за виключенням митного тарифу, які діють щодо імпорту та експорту товарів. Ці заходи направлені на реалізацію фінансової, технічної, адміністративної, кредитної та торгівельної політики. Інструменти нетарифного регулювання можуть включати в себе заходи щодо реалізації екологічної політики, заходи по забезпеченню захисту здоров'я людей, тварин, охорони рослинного світу, використання яких створює перешкоди для зовнішньої торгівлі товарами й послугами.

Іноземними вченими інструменти нетарифного регулювання зовнішньої торгівлі найчастіше трактуються, як “нетарифні заходи” (nichttarifare massnahmen) чи “нетарифні бар'єри” (non-tariff barriers), а також “обмеження” (non-tariff restraints), “викривлення” (non-tariff distortions), “перешкоди” (non-tariff obstacles), у вітчизняній науковій та спеціалізованій літературі їх називають “нетарифними бар'єрами”, “нетарифними заходами”, “нетарифними обмеженнями”. Тобто можна стверджувати, що всі ці терміни – тотожні.

Існують різні тлумачення як самих ознак, що формують поняття заходів нетарифного характеру, так і у формулюванні цього поняття.

Наприклад, Дж. Уолтер визначає нетарифні бар'єри у світовій торгівлі як “всі підприємницькі та урядові засоби та заходи, за виключенням митного тарифу, мета впровадження яких полягає в обмеженні розмірів, деформуванні структури та напрямків світових потоків товарів і послуг” [170, 154].

ЮНКТАД (конференція ООН по торгівлі та розвитку) вважають, що нетарифні заходи – це всі види регулювання, процедури, які застосовуються урядами, що спричиняють обмежувальну дію на міжнародну торгівлю [169]. ГАТТ/ВТО під нетарифними заходами розуміють будь-які дії, крім тарифів, що перешкоджають вільному потоку міжнародної торгівлі [153].

Дюмулен І. І. визначає інструменти нетарифного регулювання як будь-яке розпорядження центральних чи місцевих органів влади, включаючи методи реалізації законів, постанов та інших нормативних актів (крім мито-тарифних заходів), які впливають на експорт та імпорт товарів, об'єм, товарну структуру

зовнішньої торгівлі, ціни та конкурентоспроможність товарів, створюючи більш жорсткі умови для товарів іноземного походження у порівнянні з товарами вітчизняного виробництва або різні режими для товарів різних країн [48, 4]. Інший дослідник, В. Ю. Пресняков, стверджує, що нетарифні обмеження – це комплекс заходів обмежувально-заборонного характеру, що перешкоджає проникненню іноземних товарів на внутрішній ринок. Мета цих заходів – не тільки посилення конкурентних умов країни, що імпортує, але і захист вітчизняної промисловості, охорона життя і здоров'я населення, навколишнього середовища, моралі, релігії та національної безпеки [124, 118].

Не дивлячись на велику кількість тлумачень нетарифних обмежень, більшість вітчизняних вчених сходяться на думці, що заходи нетарифного регулювання, представляють собою самостійну сукупність заходів, які призводять до відкритого чи зазвичай прихованого негативного впливу на товарні потоки у зовнішній торгівлі і перешкоджають просуванню іноземних товарів та стимулюють національний експорт.

Але, на нашу думку, не завжди нетарифні заходи позитивно впливають на зовнішньоекономічну діяльність вітчизняних підприємств виробників сільгосппродукції. Особливо це стосується підприємств птахівництва. Так, наприклад, зменшивши квоту експорту м'яса птиці у Російську Федерацію у січні-лютому 2011 року, найбільша корпорація виробник у цьому напрямку “Наша Ряба”, змушена була біля мільйона тон м'яса птиці виставити на український ринок, тим самим знизивши оптову ціну у середньому на 40 %. Якщо великі виробники у цей період змогли витримати конкуренцію, повернувши собі кошти у межах собівартості, то малі понесли колосальні збитки. Більшість підприємств Львівської, Тернопільської областей не запустили на свої площадки молодняк на початку літа тим самим втративши прибутки поточного фінансового року.

Тобто регулюючи національний ринок, керівництво державою не тільки не сприяло стимулюванню експорту і як наслідок розвитку ЗЕД, але і зменшило прибутки малих підприємств, вивівши їх із ринку та зменшивши конкуренцію.

На нашу думку, нетарифні бар'єри для мікрорівня – це сукупність заходів, які призводять до відкритого чи зазвичай прихованого негативного впливу на товарні потоки як у внутрішній так і зовнішній торгівлі.

Для підприємств виробників с/г продукції в цілому, та птахівництва зокрема, слід розглядати нетарифні бар'єри у трьох аспектах: бар'єри, що слід враховувати при виборі потенційного ринку збуту продукції; бар'єри, що встановлює уряд щодо імпорту продукції птахівництва, з метою аналізування конкурентоспроможності внутрішнього ринку; бар'єри, що встановлюються на імпорт компонентів до кормів птиці.

Провівши ґрунтовний аналіз праць вітчизняних та іноземних вчених, ми систематизували наслідки впровадження різного роду нетарифних бар'єрів для вітчизняних підприємств [11, 13, 22, 48, 65, 67, 72]. А саме, у результаті впровадження внутрішньої квоти підприємство може очікувати таке:

- утримування обсягу імпорту на незмінному рівні;
- зростання попиту збільшуватиме ціну товару;
- дозволяють збільшити доходи виробників імпортозамінної продукції;
- стимулюють імпортну конкуренцію;
- конкурсний продаж імпортних квот приносить високий дохід державі і перешкоджає хабарництву і корупції, що у свою чергу сприятиме формування дотаційного фонду для с/г виробників;

- підтримка підприємств, що скорочують обсяг імпорту внаслідок імпорту імпортних квот (система явних переваг, що припускає закріплення урядом ліцензій за визначеними підприємствами пропорційно розміру їх імпорту з попередній період чи пропорційно структурі попиту національних імпортерів);

- імпортна квота може бути корисна лише при наявності вільної конкуренції на внутрішньому ринку товару, який підлягає квотуванню. В іншому випадку підприємство, що монополізує внутрішній ринок, буде підтримувати високі ціни в умовах штучно створеного дефіциту на продукцію.

Ліцензування і квотування імпорту, обмежуючи ввіз у країну іноземних

товарів, призводить до розширення попиту на продукцію національних виробників, з іншого боку необхідність придбання ліцензій змушує економічних агентів орієнтуватись переважно на позазаконну мікроекономічну адаптацію до зовнішнього середовища.

Кількісні обмеження не приносять практично ніякого доходу державному бюджету, що має негативні наслідки з огляду на зменшення фінансової бази для балансування економіки та стимулювання прогресивних структурних змін. Добровільні обмеження експорту експортером мають негативні наслідки для імпортера. Однак розмір його втрат зменшується завдяки збільшенню імпорту аналогічних товарів з країн, що не наклали таких обмежень на свій експорт.

Якщо внутрішні податки та збори накладаються винятково на імпортні товари без одночасного обкладання подібних внутрішніх товарів, то вони стають дискримінаційними. І це може потягнути відмову інших країн від продукції вітчизняного виробництва. Тому уряди різних країн час від часу використовують державні закупівлі, що збільшують урядові витрати та лягають тягарем на платників податків. Тобто стимулюючи одних суб'єктів господарювання порушуються права інших. Обсяги державних закупівель часто сягають 10–15 % ВВП країни. Як приклад, можна навести встановлене американським урядом правило: купуй американське, що надає внутрішнім виробникам 50 % - ву перевагу в різниці цін над іноземним виробником за контрактами міністерства оборони і 12 %-ву перевагу за іншими державними закупівлями [37, 77].

Обираючи потенційний ринок збуту виробники мають ознайомитись із іноземним законодавством у напрямку імпорту продукції сільгоспвиробництва та вивчити переваги, що сформовані у межах національної економіки для експортерів продукції певного роду. Зазвичай, економічні наслідки нетарифного регулювання на внутрішньому ринку мають протилежний характер на зовнішньому.

Дюмелен І. І., Макогон Ю. В. звертають увагу на наслідки, що виникають внаслідок демпінгу та несумлінної конкуренції на зовнішньому ринку. Як

відомо, демпінг заборонений правилами СОТ і національними законодавствами різних країн світу. Якщо факт демпінгу доведено, то країна має право вводити торгові обмеження у вигляді антидемпінгових мит.

Суперечать міжнародним угодам та заборонені СОТ і прямі субсидії, що можуть надаватись конкретним виробникам. У свою чергу експортна субсидія знижує експортну ціну товару. Через зниження експортної ціни збільшується кількість одиниць експортованого товару. Оскільки через зростання експорту менше товару залишається на внутрішньому ринку, внутрішня ціна на нього збільшується. У таких умовах переваги отримують малі внутрішні виробники, оскільки вони мають змогу збільшити свої прибутки за рахунок зростання ціни, але це лише до тих пір поки обсяги їх виробництва співпадатимуть із попитом на внутрішньому ринку. В цілому субсидії зменшують витрати виробників, вони впливають на міжнародну торгівлю шляхом штучного поліпшення конкурентоспроможності визначеного підприємства на експортних ринках чи шляхом надання переваг внутрішньої продукції перед імпортною.

До нетарифних заходів також відноситься преференційне кредитування експорту, що має важливе значення в мобілізації дешевих грошових ресурсів, основною перешкодою для експортерів у використанні такого засобу стимулювання експорту залишається вимога банків щодо надійного його забезпечення від фінансових ризиків, що супроводжують такі операції. Тому використовується страхування кредиту експортера, яке захищає його від ризику неплатежу іноземного покупця.

Із сертифікацією, стикаються всі підприємства, що виходять на зовнішній ринок. Сертифікована продукція більш конкурентоспроможна, має вищу вартість, швидше впроваджується в експлуатацію, оскільки зникає потреба у проведенні випробувань у межах вхідного контролю споживача. Сертифікація стимулює виробника задовольняти вимоги споживача і ринку до якості продукції, а також підвищувати організаційно-технічний рівень виробництва, що, у свою чергу, сприяє створенню умов для випуску конкурентоспроможної продукції і розширенню ринку збуту за кордоном.

Врахування підприємством наслідків нетарифного регулювання, як на національному ринку так і за його межами, дозволить більш ефективно впроваджувати зовнішньоекономічну діяльність та сформувати конкурентоспроможну нішу на світовому ринку.

Розвитку зовнішньоекономічної діяльності вітчизняних підприємств сприятиме досконале вивчення нетарифних заходів, як на національному ринку так і за його межами. Вирішити це завдання допоможе систематизація та групування існуючих бар'єрів, що дозволить прийняти план дій їх уникнення чи мінімізації їх впливу.

## **1.2 Класифікація та причинно-наслідкові зв'язки впровадження нетарифних бар'єрів**

Через різну природу походження, постійне виникнення нових механізмів дії засобів нетарифного регулювання велика увага приділяється їх уніфікації та класифікації хоча єдиного підходу щодо вирішення цього питання до сьогодні не існує.

У торгівельній політиці різних держав слід розрізняти нетарифні обмеження, створені для регулювання зовнішньої торгівлі (квоти, ліцензування, "добровільні" обмеження експорту) і нетарифні обмеження, які виникають у процесі впровадження фінансової, адміністративної політики, міри у галузі охорони здоров'я та ін. Заходи, які входять до першої групи, як правило спираються на сильну законодавчу базу і централізовано здійснюються у рамках загальної торгівельної політики держави. Заходи, що формують другу категорію, носять, зазвичай, хаотичний порядок і держави намагаються їх централізувати шляхом укладання міжнародних угод та домовленостей.

Проаналізувавши наукові роботи вчених, які займаються нетарифним регулюванням [48, 126, 140, 147], можна виділити відмінні риси нетарифних засобів від митного регулювання, а саме:

- митний тариф встановлюється обернено пропорційно рівню

імпортних цін, а квоти та ліцензування утримуються на відповідним чином встановленому рівні, не залежно від збільшення потреб;

- поетапність та кумулятивність введення таких заходів;
- “ешелонованість”, тобто ці обмеження “зустрічають” товар на кордоні і супроводжують його на протязі всього шляху до кінцевого споживача;
- невизначеність впливу конкретних форм регулювання;
- складність та несвоєчасність отримання необхідної достовірної інформації;
- неможливість кількісної оцінки впливу нетарифних засобів.

У своїх дослідженнях Д. Маніфолд і В. Доннеллі обмежувальні заходи у світовій практиці називають анти конкурентною практикою і відносять до них такі заходи: конкурентна політика; корупція, митні процедури, державні закупівлі, імпордне ліцензування, заборони імпорту, квоти, права інтелектуальної власності, інвестиційні заходи, санітарні та фіто санітарні норми, стандарти, тестування, сертифікація і маркування, податки [147, 5]. Хоча така класифікація є достатньо загальною і носить швидше конотативний характер.

Класифікація інструментів нетарифного регулювання за цільовою направленістю було запропоновано Дж. Уолтером (визнане та прийняте ЮНКТАД – Конференція ООН по торгівлі та розвитку), диференціюючи досліджувані заходів на три групи:

1. Торгівельно-політичні заходи, призначені для безпосереднього захисту вітчизняних виробників перед зарубіжною конкуренцією і для підтримки експортерів у експансії на зовнішніх риках;
2. Технічні обмеження, що виникають у процесі проведення технічної політики, впровадження вимог щодо норм охорони здоров'я;
3. Проведення фінансових та адміністративних заходів [48, 150].

Аналогічний підхід викладено у роботах І. Багрової. Вона пропонує такі групи: заходи безпосереднього обмеження, спрямовані на захист інтересів

національної економіки (ліцензування, квотування); заходи, пов'язані з виконанням митних чи адміністративних формальностей (імпортні податки і депозити, сертифікація); валютні обмеження і валютний контроль [57, 168]. Але за змістом вони ідентичні попередній класифікації.

Свої варіанти класифікації нетарифних бар'єрів пропонують ГАТТ, Міжнародна торгівельна палата, Конференція ООН по торгівлі та розвитку (ЮНКТАД), Міжнародний банк реконструкції та розвитку, Тарифна комісія США. Класифікаційна схема, розроблена Секретаріатом ГАТТ на початку 70-х років до теперішнього часу нараховує більше 800 конкретних видів нетарифних заходів і об'єднує їх у п'ять груп: обмеження, викликані участю держави у зовнішньоторговельних операціях – до них відносяться субсидії та дотації експортерам чи підприємствам, що випускають імпортозамінну продукцію, система розміщення державних замовлень, використання місцевих напівфабрикатів та вузлів на відповідних умовах ін.; особливості митних та адміністративних процедур – ускладнена процедура митного оформлення, а також методи оцінки митної вартості та країни походження товару, завищені вимоги до необхідної для оформлення документації; технічні бар'єри – стандарти та вимоги, пов'язані з екологічними, санітарними, ветеринарними нормами і маркуванням товару, правила і порядок сертифікації продукції; кількісні та подібні до них адміністративні заходи – імпортні квоти, експортні обмеження, ліцензування, валютні обмеження; заборони, засновані на принципах забезпечення платежів – податки, збори, імпортні депозити, ковзаючи податки, антидемпінгові і компенсаційні мита, прикордонне оподаткування [126].

Починаючи з 1980 року ЮНКТАД збирає та класифікує нетарифні обмеження у зовнішньоекономічній діяльності у формі інформаційно-аналітичної системи по питаннях торгівлі (TRAINS), яка доступна за допомогою програми World Integrated Trade Solution (WITS) [110]. Нетарифні бар'єри було згруповано у сім груп: паратарифні, заходи контролю над цінами, фінансові, заходи автоматизованого ліцензування, заходи кількісного



контролю, монополістичні та технічні заходи [43]. Але розроблена класифікація не у повному обсязі відображала сучасні реалії, оскільки протягом останнього часу застосовуються додаткові нетарифні обмеження, а систематичного оновлення бази даних не проводилось з 2001 року.

У рамках цього проекту інформація збиралась у двох напрямках: збір офіційних даних по нетарифних засобах та їх розподіл у відповідності до нової класифікації для кожного конкретного продукту; проведення опитування підприємств з метою виявлення нетарифних заходів і пов'язаних з ними процедурних перешкод, з якими стискаються підприємці.

ЮНКТАД і МТЦ провели в декількох країнах пілотні проекти, які включали в себе як збір офіційних даних, так і опитування з метою виявлення можливих пробілів у класифікації і проведення додаткової роботи по її удосконаленню.

Узагальнивши результати 23 подібних опитувань, які проводились у ЄС, США, Японії, Аргентині, країнах Центральної та Східної Європи, а також країнах Індійського океану, експерти відмітили загальну думку опитуваних – практично всі підприємства експортери відчують наявність серйозних нетарифних бар'єрів при входженні на зарубіжні ринки.

На сьогодні ЮНКТАД розробила детальнішу класифікацію, що нараховує понад 100 торговельних бар'єрів (за типом ринкових обмежень), які у свою чергу, діляться на 8 груп, 6 з яких становлять нетарифні бар'єри. Вони включають:

- 1) заходи цінового контролю (збільшують імпорتنі ціни для стабілізації внутрішніх цін);
- 2) фінансові заходи (регулюють доступ до валютного ринку);
- 3) заходи автоматичного ліцензування (дозвіл на імпорт, що зазвичай використовується з метою контролю та нагляду);
- 4) кількісні заходи (обмежують обсяг імпорту окремого продукту, наприклад неавтоматичні ліцензії, квоти, заборони);
- 5) монополістичні заходи (монополістичні організації, які діють за

певними винятковими правилами або привілеями);

б) технічні заходи (обов'язкові вимоги щодо характеристик продукції, а саме безпеки, якості, пакування, насамперед захист людей, тварин, рослин, але поряд з цим можуть використовуватись для дискримінації імпортерів) [69].

За ступенем впливу на зовнішньоекономічну діяльність нетарифні обмеження Н. В. Ревін пропонує розділити на чотири групи [126]: жорсткі засоби (*hard care measures*) – всі бар'єри, які уособлюють митну війну (ембарго, митну блокаду); помірні засоби (*mild measures*) – ліцензування, квотування, сертифікація, засоби нетарифного регулювання економічного характера; “набридливі” засоби (*nuisance measures*) – завищені вимоги до документів, бюрократичні затримки на кордоні при виконанні митних формальностей (митне оформлення та контроль, ліцензування); засоби, ступінь впливу яких встановити неможливо – це ті обмеження, що закладені у законодавстві, але на практиці не використовуються або механізм їх використання не регламентований.

Дідківський М. І. [45], Козак Ю. Г. [72], Кіреєв А. П. [65], Кириченко О. А. [67], Стровський Л. Е. [22], Макогон Ю. В. [56] нетарифні обмеження класифікують за групами: кількісні (ліцензування, квотування, “добровільні” обмеження), приховані (технічні бар'єри, внутрішні подати та збори, державна закупівля, вимоги щодо вмісту вітчизняних компонентів), фінансові (вимоги про вміст місцевих компонентів, демпінг, субсидії). У складі кількісних обмежень пропонується групувати за напрямом дії: експортні, імпортні.

Горін Н. [36] для такого розподілу визначає класифікаційну ознаку – за характером дії, додавши до групи неекономічні засоби, до яких віднесено торгівельні угоди та правові режими.

Макогон Ю. В. виділив окремо паратарифні заходи до яких відносять платежі, що стягнуто при ввезенні іноземних товарів: різні митні збори, внутрішні податки, спеціальні цільові збори, що збираються на кордоні.

А. Деардорф і Р. Стерн поділяють нетарифні заходи за спектром впливу на локальні та глобальні, ранжуючи їх на заходи, що впливають на окрему

продукцію, напрям виробництва чи країну, і ті, що мають більш ширше коло охоплення і закладені національними інституціями у їх політиках [166].

Б. Бора, А. Кувахара у межах програм ЮНКТАД пропонували поділяти нетарифні бар'єри залежно від призначення їх введення або за їх безпосереднім впливом, а саме: заходи, що контролюють об'єм імпорту; заходи, що контролюють ціну на імпортовані товари; заходи моніторингу (контролюючі заходи); заходи пов'язані з виробництвом й експортом (наприклад, експортне і внутрішнє субсидування); технічні бар'єри [140, 2–3].

Крім того ряд вчених виділяють класифікаційну ознаку – за рівнем юридичного забезпечення. Такі обмеження поділяються на дві групи – формальні, які зафіксовані у законодавчих актах та нормативно-розпорядчих документах (державна участь у торгівлі, обмежувальна ділова практика, митні процедури і практика їх застосування, технічні бар'єри) і неформальні, які вводяться як результат дій уряду чи похідні від політики і практики органів державного управління, що виникають із адміністративних процедур, ринкової структури, політики і практики дій органів державної влади) [36, 89–90].

Найбільш вживаною класифікаційною ознакою розподілу нетарифних обмежень є характер впливу. За цією ознакою об'єкт досліджень поділяють на дві групи – заходи економічного характеру (антидемпінгові заходи, податки, заходи валютного та фінансового характеру) та заходи адміністративного характеру (заборона імпорту, кількісні обмеження, ліцензування, добровільне обмеження експорту). Заходи першої групи діють через механізми ринку та призводять до подорожчання відповідно імпортованих товарів, а другі – крім ринкових відносин, обмежують доступ імпортованих і постачання вітчизняних товарів.

За напрямом впливу нетарифні обмеження можна поділити на заходи, які впливають безпосередньо (ліцензування, квотування, добровільне обмеження експорту) і заходи опосередкованого впливу (митні формальності, технічні бар'єри, політика державних закупівель) [102, 116].

Класифікація нетарифних обмежень є важливим завданням саме для

суб'єктів підприємницької діяльності. Оскільки вивчення цього явища у системі груп об'єктів простіше ніж пооб'єктне їх дослідження. Ця проблема набуває особливого значення у період аналізування умов зовнішнього середовища ринку, на якому планується здійснювати збут продукції.

Проаналізувавши широкий спектр розглянутих класифікаційних ознак, згідно яких здійснюється групування нетарифних обмежень, можна прийти до висновку, що вони є не досконалими, оскільки носять у переважній більшості суто теоретичний характер. Запорукою вдалої класифікації досліджуваних об'єктів – є можливість здійснити їх оцінювання підприємствами, які планують виходити на зовнішні ринки. Але умова, що критерії оцінки для всіх об'єктів класифікаційної групи мають бути однаковими, для жодної із розглянутих класифікацій не виконується.

Найбільш доречною вважаємо класифікацію Дж. Уолтера, згідно якої нетарифні обмеження поділяються на три групи торгівельно-політичні, технічні обмеження та фінансово-адміністративні заходи. Ця класифікація визнана ЮНКТАД і лягла в основу групування нетарифних заходів вітчизняними вченими за такою класифікаційною ознакою як характер впливу. Для врахування тарифних обмежень першої групи підприємству необхідно досконало ознайомитись із нормативно-правовим забезпеченням зовнішньоекономічної діяльності потенційної країни-партнера, оцінити рівень впливу кризових ситуацій на відповідну економіку та характер захисту урядом національних виробників. Щодо технічних обмежень, то керівництво підприємства, повинно оцінити витрати, які будуть понесені у зв'язку із доведенням продукції, що планується на імпорт, до відповідних стандартів та порівняти їх із фінансовими вигодами, які отримає підприємство у зв'язку із розширенням ринків збуту. Це ж стосується і фінансово-адміністративних засобів, які у свою чергу, значно збільшують витрати імпорту.

У результаті аналізу наукових напрацювань вище перерахованих вчених було здійснено ідентифікацію, систематизації та групування нетарифних заходів регулювання наведену на рис. 1.2.

## КЛАСИФІКАЦІЯ НЕТАРИФНИХ ЗАХОДІВ РЕГУЛЮВАННЯ

<b>За цільовою направленістю</b>	торгівельно-політичні заходи; технічні обмеження; проведення фінансових та адміністративних заходів
<b>За участю держави у зовнішньоекономічних операціях</b>	субсидії та дотації експортерам чи підприємствам, що випускають імпортозамінну продукцію; система розміщення державних замовлень, використання місцевих напівфабрикатів та вузлів на відповідних умовах
<b>За особливостями митних та адміністративних процедур</b>	ускладнена процедура митного оформлення; завищені вимоги до необхідної для оформлення документації; кількісні та подібні до них адміністративні заходи; заборони, засновані на принципах забезпечення платежів
<b>За інформаційно-аналітичним наповненням</b>	паратарифні, заходи контролю над цінами; фінансові заходи автоматизованого ліцензування; заходи кількісного контролю; монополістичні; технічні заходи
<b>За типом ринкових обмежень</b>	заходи цінового контролю; фінансові заходи; заходи автоматичного ліцензування; кількісні заходи; монополістичні заходи; технічні заходи
<b>За ступенем впливу на зовнішньоекономічну діяльність</b>	жорсткі засоби: ембарго, митну блокада; помірні засоби: ліцензування, квотування, сертифікація, засоби нетарифного регулювання економічного характеру; “набридливі” засоби: завищені вимоги до документів, бюрократичні затримки на кордоні; засоби, ступінь впливу яких встановити неможливо
<b>За напрямом дії</b>	експортні; імпортні
<b>За спектром впливу</b>	локальні; глобальні
<b>За рівнем юридичного забезпечення</b>	формальні – державна участь у торгівлі, обмежувальна ділова практика, митні процедури і практика їх застосування, технічні бар’єри; неформальні
<b>За характером впливу</b>	заходи економічного характеру (антидемпінгові заходи, податки, заходи валютного та фінансового характеру); заходи адміністративного характеру (заборона імпорту, кількісні обмеження, ліцензування, добровільне обмеження експорту)
<b>За напрямом впливу</b>	заходи, які впливають безпосередньо (ліцензування, квотування, добровільне обмеження експорту); заходи опосередкованого впливу (митні формальності, технічні бар’єри, політика державних закупівель)
<b>За існуючими потребами підприємства</b>	<i>за мотивацією впровадження: регуляторні, контролюючі; стимулюючі, захисні</i> <i>за характером їх впливу на ціну: цінові та нецінові</i>

Рис. 1.2 Класифікація нетарифних заходів регулювання

Примітка: сформовано автором на основі джерел [36; 48; 65; 67; 72; 43; 69; 102; 126; 140; 166; 45]

Крім того, вважаємо за необхідне здійснити групування нетарифних заходів регулювання залежно від існуючих потреб підприємства. А саме: у процесі вивчення умов зовнішнього середовища необхідно розподіляти нетарифні заходи регулювання за мотивацією їх впровадження, що використовують для контролю обсягів імпорту, засоби контролю ціни імпорту, заходи пов'язані із виробництвом, заходи стимулювання експорту, що дозволить не тільки більш ефективно оцінювати умови зовнішнього середовища підприємством, але і прогнозувати їх застосування урядами, у зв'язку із зміною ринкової ситуації; у процесі потенційних можливостей (аналіз внутрішнього середовища) – розподіляти за характером їх впливу на ціну продукції, що пропонується для продажу. А саме, ті заходи регулювання, які збільшуватимуть ціну продукції віднести до цінових, а ті, вплив яких можна оцінити лише якісними показниками – нецінових. Крім того, нецінові можна розподілити на явні та приховані (не прогнозовані). До явних або прогнозованих можна віднести державні субсидії національним виробникам. До не прогнозованих – ембарго.

За А. Маслоу [107], мотив – це спонукальна причина, привід до конкретної дії. Цей вчений та його наступники стверджують, що мотиви виникають у результаті виникнення потреб, що у свою чергу мають певну ієрархію. Ця концепція містить у собі такі ідеї та передумови:

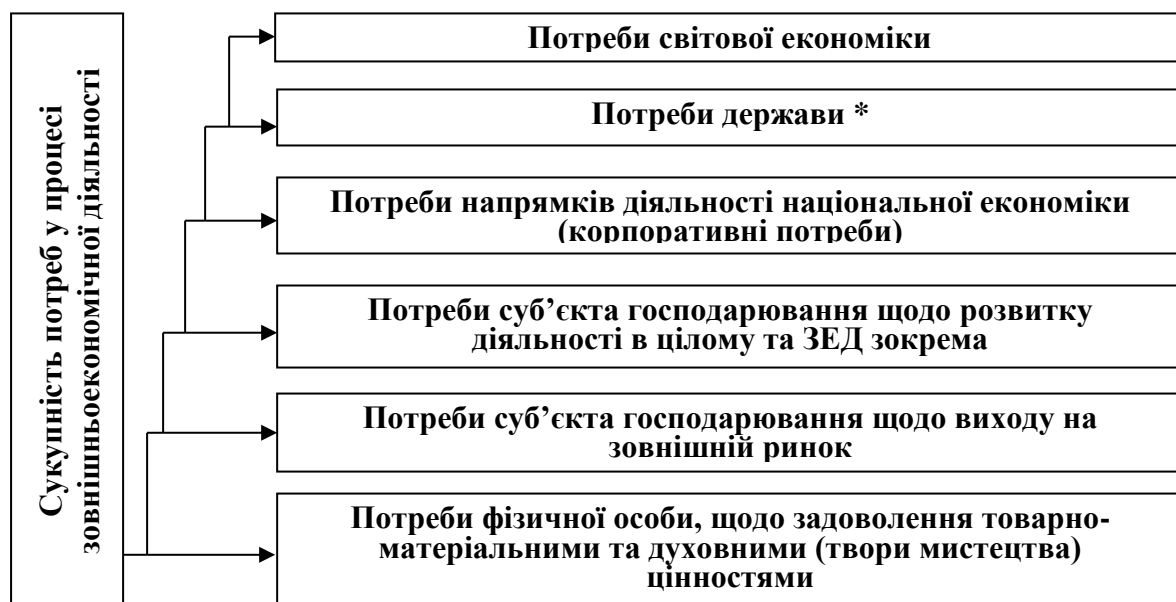
1. Люди постійно відчують якість потреби.
2. Люди відчують визначений набір дуже виражених потреб, що можуть бути об'єднанні в конкретні групи.
3. Групи потреб знаходяться у ієрархічному розташуванні одна відносно одної.
4. Потреби, якщо вони не задоволені, спонукають людину до дій. Задоволені потреби не мотивують людей.
5. Якщо одна потреба задовольняється, то на її місце виходить інша незадоволена потреба.

6. Звичайно людина одночасно відчуває кілька потреб, що знаходяться між собою у комплексній взаємодії.

7. Потреби, що знаходяться ближче до основи “піраміди”, вимагають першочергового задоволення.

8. Потреби вищого рівня починають активно впливати на людину після того, як задоволені потреби нижчого рівня [52].

Оскільки потреби людини пов’язані з потребами виробників (“випускайте – на що є попит”) і у свою чергу формують потреби суспільства, що формують потреби національної економіки цю теорію можна використати з метою побудови ієрархії потреб у зовнішньоекономічній діяльності, у межах якої і виникатимуть мотиви впровадження нетарифних заходів (рис. 1.3).



\* Забезпечення державного боргу, підтримка національної валюти та фінансової системи, утримання бюджетної сфери та ін.

Рис. 1.3 Ієрархії потреб ЗЕД, у межах якої і виникатимуть мотиви впровадження нетарифних заходів.

Примітка: розроблено автором

Зазвичай, у таких ієрархіях визначають потреби вищого та нижчого рівнів, але у нашому випадку це – недоцільно.

Здійснивши аналізування відомих теорій мотивації Д. Мак-Клелланда [105], Ф. Херцберга [135], М. Туган-Барановського [131], Д. Мак Грегора [104], у яких розглядаються фактори, що впливають на мотивацію, описують

структуру потреб, їхній зміст і те, як ці потреби пов'язані з мотивацією людини до діяльності можна стверджувати, що мотивацією впровадження нетарифних бар'єрів ми розуміємо управлінський процес спонукання діяльності суб'єктів зовнішньоекономічних відносин для досягнення цілей на внутрішньому та зовнішньому ринках з метою забезпечення розвитку національної економіки. Зрозуміло, що однією із цілей такого управлінського процесу є і сприяння зовнішньоекономічної діяльності кожного конкретного суб'єкта господарювання.

У Законі України “Про зовнішньоекономічну діяльність” [53] є перелік випадків, коли Україна в особі її державних органів може самостійно запроваджувати ліцензування і квотування експорту та імпорту, а саме при:

- різкому погіршенні розрахункового балансу країни;
- досягненні встановленого Верховною Радою України рівня зовнішньої заборгованості;
- значному порушенні рівноваги по певних товарах на внутрішньому ринку, особливо по сільськогосподарській продукції, продуктах рибальства, продукції харчової промисловості та промислових товарах народного споживання першої потреби (перелік аналогічний у положеннях ГАТТ);
- необхідності забезпечити заходи у відповідь на дискримінаційні дії інших держав; відповідно до міжнародних товарних угод України та ін.

Тобто основна мотивація впровадження нетарифних бар'єрів – це захист національного ринку. Але усі перелічені причини переважно стосуються квотування та ліцензування. У літературі виділяють мотивацію впровадження інших видів нетарифних заходів. Ми систематизували мотивацію впливу нетарифних заходів регулювання (табл. 1.1).

За результатами аналізування мотивації впровадження різного роду нетарифних бар'єрів можна виділити такі групи:

- регуляторні;
- контролюючі;
- стимулюючі;
- захисні.



## Мотиваційний механізм введення нетарифних методів

Засоби нетарифного регулювання	Мотивація впровадження	Заходи, щодо мінімізації нетарифних бар'єрів на зовнішньому ринку
Заходи контролю за цінами	Захист національних товаровиробників від імпорту з інших країн, митних союзів чи економічних угруповань та від субсидованих товарів	Вживаються компенсаційні заходи щодо субсидованого імпорту та проводяться антидемпінгові розслідування [56]
Контентування (квотування): - імпортне;  - експортне;	1. Запобігання вивезення дефіцитної на внутрішньому ринку продукції. 2. Для досягнення політичних цілей. 3. Захисту внутрішнього ринку від іноземної конкуренції та дезорганізуючого імпорту чи експорту. 4. Захист національних інтересів, не пов'язаних чи побічно пов'язаних із економікою (безпеки, навколишнього середовища, культурного надбання). 5. Досягнення збалансованості торгівельного балансу. 6. Регулювання попиту та пропозиції всередині країни, як відповідна міра на дискримінаційну торгову політику інших держав. 7. Досягнення необхідного рівня внутрішнього споживання.	1. Переговори на вищому рівні керівництва державою. 2. Встановлення додаткових технічних бар'єрів.
Ліцензування	Здійснюється з метою кількісного регулювання торгівлі або для контролювання імпорту [36]	Надання безкоштовного інформаційного забезпечення
Сертифікація	1. Забезпечення підтримки вітчизняного товаровиробника. 2. Обмеження можливості імпорту багатьох видів продукції.	-//-
Технічні бар'єри відповідність санітарним та фітосанітарним нормам	Зростання вимог громадськості до відповідності продукції мінімальним стандартам якості і безпеки, щоб вона негативно не впливала на споживачів і навколишнє середовище.	Забезпечення розвитку технічного та технологічного розвитку вітчизняних виробництв
Прикордонні податки на імпорт	Компенсування подібного оподаткування внутрішніх товарів, для створення рівних стартових умов, для конкуренції в ціні і якості.	-
Вимоги про вміст місцевих компонентів	Уникнення переміщення виробництва в країни, що розвиваються, з дешевою робочою силою і цим самим зберегти рівень зайнятості працюючих.	-

<p>Фінансування - державне фінансування; - кредитування експорту</p>	<p>1. Забезпечення обіговими коштами експортоорієнтованих підприємств та установ. 2. Дискримінація іноземних компаній на користь національних виробників та експортерів на основі зниження вартості експортованого товару і підвищення його конкурентоспроможності на світовому ринку. 3. Стимулювання довгострокового кредитування комерційних банків через цільове рефінансування</p>	<p>1. Фінансова підтримка вітчизняних експортерів. 2. Ліцензування відповідної імпоротної діяльності.</p>
<p>Субсидії (експортні субсидії)</p>	<p>1. Розвиток певних напрямків діяльності шляхом проведення необхідної експортної політики. 2. Стимулювання експорту, оскільки субсидії дають можливість національним експортерам продавати товар іноземним покупцям за цінами нижчими ніж на внутрішньому ринку.</p>	<p>Країна-імпортер виявивши експортне субсидування може вводити компенсаційне мито, що стягується з товарів, які є об'єктом застосування компенсаційних заходів. Ці заходи можуть застосовуватись у випадку серйозного збитку, заподіяного інтересам іншої країни*.</p>
<p>Страховання експортних кредитів</p>	<p>Зниження ризиків (у т. ч. політичних) щодо укладених угод з іноземними контрагентами, що у свою чергу знижує витрати виробництва та допомагає вітчизняним експортерам реагувати на рух світових цін. Таким чином, держава водночас використовує систему експортного страхування і як інструмент підвищення конкурентоспроможності економіки.</p>	<p>-</p>
<p>Спорадичний демпінг</p>	<p>Необхідність збуту надлишку товару, що не спроможний поглинути внутрішній ринок [72].</p>	<p>Якщо демпінгові ціни використовують імпортери, то проводяться антидемпінгові розслідування</p>
<p>Хижацький (навмисний) демпінг</p>	<p>Витиснення конкурентів з ринку і у перспективі встановлення монопольних цін</p>	<p>-//-</p>
<p>Антидемпінгові мита</p>	<p>Використовуються у випадку необхідності захисту напрямків виробництва національної економіки від демпінгового імпорту товарів</p>	<p>Притягання до відповідальності несумлінних суб'єктів господарювання для забезпечення авторитету держави</p>

Добровільне обмеження експорту	Збільшення витрат виробництва національних товаровиробників через ввезення того чи іншого товару і дезорганізації місцевого ринку.	Введення торгових обмежень на такому високому рівні, що буде поставлена під сумнів сама можливість міжнародної торгівлі між країнами.
--------------------------------	--	---

Примітка: розроблено автором на основі аналізування джерел [56, 12, 36, 22, 65, 67, 72, 57, 69, 110, 45]

\* Збиток заподіяний інтересам іншої держави розглядається у випадках: загальний обсяг субсидування щодо вартості продукту перевищує 5 %; субсидії покривають виробничі витрати напрямку виробничої діяльності; субсидії, що не є одноразовим заходом, покривають виробничі витрати підприємства; відбувається пряме списання заборгованості урядом.

Регуляторні заходи нетарифного регулювання націлені на встановлення рівноваги на внутрішньому ринку попиту та пропозиції, цін на товари та послуги, торгівельного балансу країни.

Контролюючі бар'єри це ті, що впроваджуються з метою контролю за якістю продукції, що імпортується для забезпечення екологічної безпеки держави та життя й здоров'я громадян. Крім того імпортна продукція високої якості спонукатиме вітчизняних виробників підвищувати якість продукції власного виробництва.

Стимулюючі – заходи, що сприяють розвитку зовнішньоекономічної діяльності національних товаровиробників та збільшення обсягу експорту вітчизняних товарів.

Захисні заходи нетарифного регулювання сприяють забезпеченню інтересів національних виробників та національної економіки. У переважній більшості вони впроваджуються тимчасово у відповідних умовах.

За різних умов одні і ті ж нетарифні бар'єри можуть бути віднесені до різних класифікаційних груп. Але, правильно ідентифікувавши мотивацію впровадження нетарифного заходу підприємство зможе адекватно відреагувати на зміни умов зовнішнього середовища.

У міжнародній практиці існує проблема не тільки розроблення єдиних класифікаторів нетарифних засобів, але і оцінки ступеня їх впливу на зовнішню

торгівлю в цілому та зовнішньоекономічну діяльність кожного конкретного підприємства зокрема. Вирішення цього завдання ускладнюється тим, що інформація щодо нетарифних заходів конкретних ринків збуту у кількісних вимірниках відсутня.

### **1.3 Оцінка нетарифних бар'єрів у системі розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємства**

Оцінити нетарифні заходи державного регулювання можливо за умови ймовірності їх ототожнення з певними тарифами, якщо вони мають таку ж вартість. У цьому випадку тарифи розглядаються, як певні національні індикатори. Потенційні індикатори включають: обсяги торгівлі, національні ціни на імпортні товари, обсяги національного виробництва, рівень допомоги місцевим виробникам.

Істотний ступінь невизначеності нетарифних бар'єрів у конкретних секторах економіки потребує їх експертизи на основі спеціальних досліджень з товарів, характеристик постачальників і споживачів, засобів державного регулювання. Ураховуючи те, що часто реальна "ціна" нетарифних бар'єрів виявляється у процесі ринкової діяльності, застосовуються опосередковані, але кількісно вимірювані оцінки.

Розвиток зовнішньоекономічної діяльності підприємств передбачає передові методи управління та оптимізації фінансових, матеріальних потоків, у тому числі і за умови мінімізації ризиків, що і призведе до максимізації прибутку від ЗЕД.

Конкурентоспроможність підприємств формується в конкурентній боротьбі внаслідок вибору ними адекватної стратегії діяльності. Відсутність стратегії чи політики у її виборі призводять до неефективного витрачання обмежених виробничих ресурсів, втрати часу як найбільш цінного фактору ринкового успіху [73, 20].

Можна стверджувати, що стратегія ЗЕД – це цілісна система

довгострокових дій суб'єкта, спрямованих на розвиток організації, зміцнення її позиції на зовнішніх ринках, задоволення споживачів та досягнення поставлених цілей з урахуванням конкурентних переваг та комплексу впливів зовнішніх факторів [99, 29].

“Якщо ЗЕД займає незначне місце в загальних результатах, то навряд чи доцільно витратити багато зусиль на розробку спеціальної міжнародної стратегії” [65, 103]. У реаліях сьогодення, при збільшенні масштабів ЗЕД, а також із врахуванням підвищення рівня конкуренції на міжнародних ринках варто не тільки мати спеціальні стратегії, але і створювати систему міжнародного стратегічного менеджменту. Вона включає не тільки розробку стратегії, але і реалізацію стратегії, а також стратегічний контроль.

Перед впровадженням будь-якого плану дій, що і передбачає стратегія діяльності, необхідно проаналізувати та оцінити реальний стан на сьогоднішній день. Це необхідно тому, що не можна спланувати майбутнє, не маючи чіткого уявлення про те, в якому стані знаходиться організація і які стратегії вона реалізовує.

Виділяють декілька способів виходу на зовнішні ринки: експорт; спільна підприємницька діяльність; стратегія прямого інвестування. Що у свою чергу співпадає із стратегічними цілями матриці І. Ансофа [6].

Застосовуючи стратегію експорту, підприємство виготовляє свої товари у власній країні, пропонуючи їх на експорт. Але застосувати такий спосіб виходу на зовнішній ринок можна лише за умови адекватної оцінки усіх нетарифних обмежень зовнішнього ринку. Додаткові витрати на придбання ліцензій, додаткова сертифікація товарів значно збільшить їх ціну тим самим знизивши їх конкурентоспроможність. Не врахування умови вмісту місцевих компонентів може поставити під загрозу діяльність в цілому.

Стратегія виходу підприємства на зовнішні ринки за рахунок створення спільних підприємств ґрунтується на поєднанні його зусиль із ресурсами комерційних підприємств країни партнера з метою створення виробничих та маркетингових потужностей. Саме в умовах такої стратегії підприємство

максимально мінімізує вплив нетарифних обмежень. Оскільки питання про адаптацію на зовнішньому ринку вирішуватиме іноземний партнер – суб'єкт діяльності відповідного ринку збуту.

Стратегія прямого інвестування полягає в тому, що в процесі ведення зовнішньої торгівлі, з часом підприємство засновує за кордоном власні виробничі філії для виготовлення товарів [45, 84]. Це можливо за умови здійснення діяльності на ринку із сприятливими умовами для імпортера або за сприяння експортерам у національній економіці. Така практика може бути застосована тими підприємствами, продукція яких користується на зовнішньому ринку постійно зростаючим попитом і там, де відсутні або представлені у невеликих кількостях конкуренти.

Основні етапи формування стратегії ЗЕД підприємства традиційна (рис. 1.4).

Зрозуміло, що оцінка нетарифних бар'єрів відбуватиметься в основному на двох етапах – аналіз зовнішнього середовища та внутрішнього середовища. Підприємства оцінюватиме нетарифні заходи регулювання на потенційних ринках збуту та ті заходи, що сприятимуть та перешкоджатимуть ЗЕД у рамках національної економіки. Але саме від результатів оцінювання залежатиме і вибір стратегічних альтернатив і ймовірність реалізації самої стратегії.

У світі існує чимало організацій, що спеціалізуються на дослідженні ринку. З цією метою у Європі функціонує Департамент торгівлі та промисловості (DTI), виділяються спеціальні субсидії для його фінансування. Для більшості підприємств таке дослідження ринку буде дуже дорогим. Виникає необхідність самостійного дослідження ринку. Важливою умовою отримання адекватної інформації є організована корпоративна інформаційна система, що дає змогу постійно збирати, обробляти зберігати та використовувати різні типи інформації для обґрунтування стратегічних рішень. Якісну організацію корпоративної інформаційної системи відзначили 15,2 % українських експортерів та 51,6 % представництв та філій міжнародних компаній [24, 43].

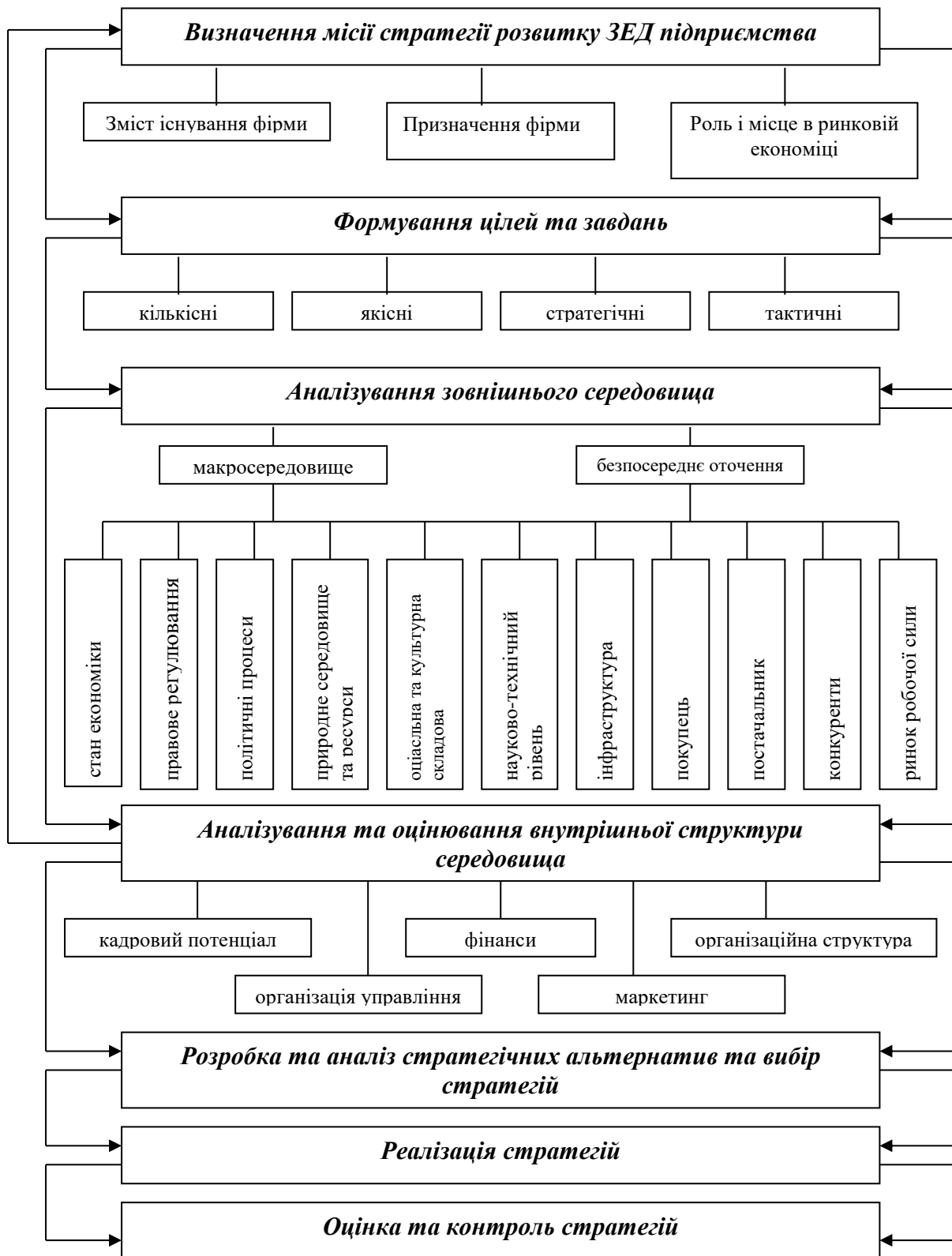


Рис. 1.4 Етапи формування стратегії зовнішньоекономічної діяльності

Примітка: джерело [99, 38]

У зовнішньому середовищі постійно протікають динамічні процеси змін,

щось зникає, щось з'являється. Одна частина цих процесів відкриває нові можливості для підприємства, створює для них сприятливі умови. Інша частина, навпаки створює додаткові труднощі та обмеження. Тому, при стратегічному плануванні, вивчаючи зовнішнє середовище, необхідно з'ясувати, які загрози і які можливості приховує в собі зовнішнє середовище саме зі сторони нетарифного регулювання, оскільки саме на такі загрози підприємство не матиме засобів впливу.

Сьогодні існує потреба в постійному оперативному втручанні у прийнятій стратегічний план, шляхом оновлення інформації про впровадження нових нетарифних засобів регулювання, з метою коригування обсягів збуту продукції та підвищення її якості відповідно до міжнародних стандартів.

Значна кількість міжнародних переговорів присвячена скороченню та відміні нетарифних бар'єрів. Нещодавні дослідження дозволили оцінити нетарифні обмеження щодо деяких груп товарів у ряді країн, що найбільш активно здійснюють зовнішньоекономічну діяльність [154, с. 3]. Кількісна оцінка нетарифних бар'єрів дасть змогу більш якісно здійснювати переговори на вищому рівні та сприятиме розвитку ЗЕД підприємств.

Оцінювання може бути здійснене шляхом порівняння “цінового розриву” певної групи товарів до і після впровадження нетарифного обмеження [150]. Але така різниця залежатиме і від ряду факторів, що впливають на ціну на різних стадіях життєвого циклу продукції. Крім того, велика кількість квот, неавтоматичного ліцензування, заборон до безпеки продуктів та вимог щодо місцевих компонентів мають здатність кількісно перетворюватись у тарифні еквіваленти.

Базовим вважається дослідження Дірдорфа А. та Стерна Р. [145], яке дає повне уявлення про нетарифні обмеження як еквівалента тарифам, використовуючи дані у розрізі цін окремих груп товарів, рівня конкуренції ринку і взаємозамінності продуктів. М. Ферантіно [150, с. 36], зазначає, що “для впровадження цього методу можливе за умови опрацювання великої кількості інформації про ціни, транспортно-заготівельні витрати, тарифи, податки, рівня



субсидування та якісних відмінностей між продуктами, що пропонуються на ринку”. Крім того необхідно знати вид нетарифного регулювання, що накладається на конкретну групу. Зазвичай така інформація може бути сформована на загальному державному рівні, але буде відсутня у розрізі географічних одиниць певного національного ринку.

Деякі недоліки попереднього дослідження вдалось усунути С. Бредфорду [156, с. 5]. Йому вдалось оцінити бар'єри за конкретними районами конкретних держав через визначення рівня еквівалентності із зазначеною оцінкою торговельного захисту (АВЕНЮ), що виникає через тарифи та впровадження сукупності нетарифних обмежень для багатьох імпортованих товарів восьми країн ЄС. Використовуючи дані про роздрібні ціни, з врахуванням транспортних перевезень, до і після впровадження нетарифних заходів на внутрішньому ринку для порівняння з ціною експорту визначається їх співвідношення. Якщо таке співвідношення у порівнянні з зразком більше одиниці то вважається, що досягнуто сукупного ефекту торгового захисту країни на “корисній ціні”. Цей підхід, дійсно приводить до співставності оцінкам АВЕНЮ торгового захисту великої кількості товарів на рівні кількох країн. Однак, без даних про рівень впливу нетарифних обмежень на ціни, таке співставлення буде носити умовний характер, оскільки не враховуватиме ефекти політичного впливу та економічної залежності інших країн. Крім того, без стандартних відхилень, не має можливості оцінити розмір ефекту впливу нетарифного заходу на ціну. Крім того може виникнути явище мультиколінеарності, коли одні і ті ж фактори були враховані оцінюючи фактори формування ціни товару та впливу нетарифного бар'єру.

М. Кі, А. Нікіта, М. Оларега [155] (KNO) використовували економетричні методи для оцінки нетарифних обмежень. У результаті їх дослідження було отримано оцінку нетарифного регулювання значно більшої кількості розвинутих країн та країн, що розвиваються. У порівнянні з Бредфордом, вона була більш точною, оскільки для її формування використовувалась інформація із бази даних UNCTAD. Однак використовувана методика не містить даних

про ціни того чи іншого товару. Визнаючи, що нетарифні обмеження часто визначаються ендогенно, вони використали двоетапну процедуру. На першому етапі пояснюється рівень нетарифного бар'єру, а потім оцінюється його вплив на торгові потоки, використовуючи специфікацію, засновану на торговій моделі Гекшера-Оулена. Ефекти кількості порівнюються з ціновими ефектами, використовуючи оцінку еластичності попиту на імпорт [156]. Переваги цього підходу полягають у використанні детальних даних щодо рівня нетарифних заходів регулювання, розподілу досліджуваних груп товарів на гомогенні та диференційовані та використанні оцінювання еластичності попиту. Однак відсутність оцінювання цін також робить такі оцінки нетарифних заходів регулювання опосередкованими. Оскільки вони залежать від здатності осіб, що проводять оцінювання, змоделювати торговельні потоки за Гекшером-Оуленом та надійності окремих оцінок еластичності [152].

Вчені Джорджтаунського університету [154] об'єднали обидві методики, Бредфорда і КНО, оцінюючи цінові ефекти нетарифних заходів регулювання економетрично, використовуючи ціни на товари у багатьох країнах і дані про рівень їх впливу. Це дозволяє врахувати стандартні відхилення. З метою отримання більш повної оцінки ступеня впливу, вчені використовували обидві бази даних – UNCTAD і результати опитування суб'єктів підприємницької діяльності. Щоб уникнути взаємозамінності товарів, використовувався безпосередній зв'язок між нетарифними бар'єрами та цінами, застосовуючи просту диференціальну модель продукту. Ця модель ґрунтується на припущенні, що роздрібна ціна в окремому секторі ринку, буде мати середнє значення роздрібних цін всіх власних та імпортованих товарів, що були реалізовані в межах національного ринку, і що ці товари, ймовірно, будуть диференційовані за джерелами надходження.

У процесі дослідження використовувалась інформація щодо роздрібних цін на рівні регіону (міста) для 47 товарів з 115 міст за певний звітний період. Ціни порівнювались на рівні регіону та країни. Це дозволило Дж. М. Дін та Р. М. Феїнбергу більш точно оцінити роль нетарифних заходів регулювання. На

їхню думку ця різниця виникала не за рахунок державного втручання, а через різні витрати на транспортування. Дослідження проводилось у два етапи: вивчалась походження та мотивація впровадження нетарифного заходу регулювання як предмету вивчення політичної економії, а далі визначався ендогенний показник (груповий коефіцієнт) впливу на ціни конкретного ринку збуту на основі порівняння з іншими змінними. Для оцінки застосовувались середні значення показників конкретного регіону більш ніж 60 країн та чотирьох груп товарів для, яких нетарифне регулювання мало значний вплив.

У результаті зроблено висновок, що у країнах, що розвиваються нетарифному регулювання підпадають переважно продукти харчування та напівфабрикати у більшій мірі ніж одяг. Ситуація кардинально протилежна у розвинутих країнах. Для країн арабського світу найбільший вплив мають засоби нетарифного регулювання на овочі та фрукти. Цікаво, що нетарифні бар'єри щодо яловичини, мали більш поширений характер у країнах із середнім рівнем доходів громадян, ніж у тих, де рівень доходу високий чи низький.

У сукупність досліджуваних нетарифних бар'єрів увійшли квоти по імпорту, заборони, ліцензії на імпорт та технічні обмеження. Розраховано рівень нетарифних засобів регулювання для 97 товарів народного споживання у 67 країнах світу згідно CityData EIU [155].

Але, як зазначають Діардорф Стерн (1998), вираховуючи вплив нетарифного регулювання на ціну будь-якого продукту ( $X$ ), виникають труднощі у зв'язку з тим, що єдиними доступними даними дослідників є роздрібна ціна зарубіжної країни для  $X$ , що імпортується. Згідно методики цих вчених необхідно брати до уваги такі фактори, як:

$A_1$  - гомогенна користь;

$A_2$  - ймовірність виробництва в умовах досконалої конкуренції;

$A_3$  - можливість доступу продукту до іноземного ринку збуту з використанням лише вітчизняної квоти на  $X$ , що імпортується;

$A_4$  - відсутність нетарифного регулювання на продукт у двох країнах партнерів за умови існування тарифів.

В усіх трьох випадках до уваги беруться лише якісні показники, що оцінюються експертами і потім шляхом стандартизації переводяться у кількісні. Але при цьому існує ймовірність виникнення похибки у зв'язку з некоректністю експертів або неправильністю формування вибірки. В умовах останнього варіанту різниця ( $q$ ) між ціною країни імпортера ( $P_i$ ) та ціною країни експортера ( $P_{i*}$ ), з врахуванням місцевих націнок розподілу ( $\mu$ ), всі транспортні витрати ( $d$ ) і спеціальних тарифів ( $t$ ) розраховуватиметься таким чином:

$$q_i = (P_i - P_{i*}) - (\mu_i - \mu_{i*}) - (d_i - d_{i*}) - (t_i - t_{i*}) \quad (1.1)$$

Крім того в межах такого дослідження можна виділити такі проблеми, як: ціни на одну і ту продукцію у різних містах відрізняються; зі слів авторів методики, більшість товарів є диференційованими продуктами, тобто виготовленим в умовах монополістичної конкуренції; роздрібними вважаються ціни великих супермаркетів та їх філій; якість аналогічних країн світу різна, тому важко порівнювати їх ціни. Це дає підстави стверджувати про неможливість використання факторів  $A_1$ ,  $A_2$ .

Для усунення питання не співпадання роздрібних цін у різних закладах торгівлі використовуються середні значення внутрішніх та імпортованих варіантів в окремому місті, а не країні. Крім того, якщо досліджувані варіанти будуть відрізнятися за якістю то і рівняння (1) потребуватиме додаткового коректування. У більшості випадків різниці цін, що виникають за умови перетину кордону продукцією одного і того ж продукту буде значно відрізнятися, таким чином буде порушуватись фактор  $A_3$ . Також ймовірно, податки чи інші відмінності регулювання між країнами призведуть до невиконання фактора  $A_4$ .

Але використати ці дослідження на рівні підприємства складно, за відсутності простої методики використання та необхідності опрацювання великого масиву даних, що зазвичай складно отримати. На мікрорівні більш доречною буде методика оцінки не самого нетарифного заходу регулювання, а

наслідків його впровадження.

## **РОЗДІЛ II**

### **АНАЛІЗУВАННЯ РОЗВИТКУ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ПТАХІВНИЦТВА У КОНТЕКСТІ НЕТАРИФНОГО РЕГУЛЮВАННЯ**

#### **2.1 Аналізування тенденцій розвитку зовнішньоекономічної діяльності вітчизняних підприємств птахівництва**

У сучасних умовах птахівництво в Україні та світі є одним із основних виробників важливих білкових продуктів, які відзначаються біологічною повноцінністю для організму людини й економічною доступністю для більшості споживачів. В умовах вступу нашої країни до СОТ підприємствам птахівництва необхідно довести свою життєздатність, можливість вести гідну конкурентну боротьбу на основі ефективного використання ресурсів в умовах ринку. На етапі жорсткої конкуренції з імпортною продукцією вітчизняні виробники одержали певні переваги, про що свідчить щорічний приріст виробництва яєць і м'яса птиці. У структурі виробництва м'яса в Україні у 2008-2012 роках птахівництво займає провідні позиції (34-36 % від загального виробництва), випередивши традиційні галузі скотарства і свинарства.

Перед птахівництвом стоїть ряд завдань, що потребують вирішення, а саме: створити сприятливі умови для підвищення ефективності виробництва в цілому, забезпечити населення високоякісними продуктами харчування, витримати значну конкуренцію на внутрішньому ринку і знайти шляхи виходу на зовнішній ринок.

Протягом останніх років в Україні спостерігається чітка тенденція до збільшення споживання м'яса птиці на душу населення порівняно з

аналогічним показником для інших видів м'яса. Зокрема, споживання м'яса птиці на душу населення протягом 2008-2012 років збільшилось з 7,4 кг до 15,4 кг., тобто вдвічі збільшилось споживання м'яса птиці.

Але й міжнародна торгівля м'ясом птиці набуває дедалі більшого значення, незважаючи на те, що лише 14 % виробленої продукції продається на міжнародному ринку. Найбільшими експортерами м'яса птиці є США, на які припадає 46 % світового експорту, Бразилії – 22 %, Китаю – 9,1 % і Таїланду – 9 %, а серед країн Центральної і Східної Європи на Угорщину припадає 1% експорту.

У країнах ЄС виробництво м'яса характеризується певними особливостями: поголів'я майже всіх видів птиці має тенденцію до скорочення. Виробництво м'яса бройлерів зосереджено в обмеженій кількості країн: Великобританії – 19,1 %, Франції – 17,4% , Іспанії – 15,2 %, Італії – 11,2 %. За останні роки, внаслідок дотримання вимог Світової організації торгівлі 15 країн ЄС втратили частину ринку м'яса, що сприяло збільшенню доступу інших країн на ринок [134].

Україна є дуже важливим політичним й економічним партнером. У даний час Україна уклала міждержавні угоди про вільну торгівлю з усіма країнами СНД і Республікою Македонія. Відбулося приєднання до Світової організації торгівлі (СОТ), стратегічною метою визнано отримання асоційованого членства в Європейському союзі.

З моменту набуття членства України у Світовій організації торгівлі, у відповідності зі статтею 7 Закону України “Про зовнішньоекономічну діяльність” для товарів, які імпортуються з держав членів СОТ [53], запроваджено режим найбільшого сприяння, тобто застосовуються пільгові ставки ввізного мита Митного тарифу України. Вступивши до СОТ Україна отримала значні економічні переваги.

1. Гарантування вітчизняним товаровиробникам міжнародно-правовий захист від недобросовісної конкуренції на світовому і регіональному ринках.
2. Доступ до міжнародних ринків, скасування щодо країни дискримінації

й нетарифних бар'єрів, доступ до багатосторонніх механізмів вирішення суперечок та можливість впливати для захисту національних інтересів на умови регулювання світової торгівлі [66].

Міністерством економіки здійснено ряд заходів для стимулювання та просування українського експорту, у тому числі і продукції птахівництва:

- створено Раду експортерів, діяльність якої сприяє формуванню експортної політики України, підвищенню експортного потенціалу національної економіки, розвитку добросовісної конкуренції серед українських експортерів, забезпеченню оперативної взаємодії підприємців із центральними органами виконавчої влади, захисту державних інтересів та інтересів українських експортерів на зовнішніх ринках;

- запроваджено програмно-цільовий метод планування діяльності торгівельно-економічних місій у складі закордонних дипломатичних установ України щодо формування позитивного сальдо зовнішньої торгівлі та розширення географії українського експорту.

На даний час створено 60 торговельно-економічних місій у складі закордонних дипломатичних установ України, які діють в 58 державах світу, а також у складі Представництва України при ЄС та Постійного представництва України при відділенні ООН та інших міжнародних організаціях в Женеві. В країнах Європи функціонують 27 ТЕМ, в країнах Азії – 15, в країнах СНД – 8, в країнах Африки – 4, в країнах Північної Америки – 3, в країнах Південної Америки – 3.

- практикується активне використання інформаційно-консультаційного ресурсу. З другого півріччя 2009 року введений в дію ВЕБ-портал, який забезпечує українських експортерів інформацією щодо законодавчої та нормативно-правової бази України з питань зовнішньоекономічної діяльності, митно-тарифного та нетарифного регулювання, захисту внутрішнього ринку, а також інформацією щодо перспективних ринків збуту для товарів українського походження.

Україна має чималий експортний сільськогосподарський потенціал, зумовлений великими площами родючих ґрунтів і близькістю до ключових ринків Близького Сходу, Північної Африки, країн СНД і потенційно – ЄС.

Аграрний експортний потенціал України реалізується не в повній мірі, що пояснюється недостатньою її інтегрованістю у світовий аграрний ринок. Про це свідчить низька питома вага експорту у вартості валової продукції сільського господарства, яка становить 12 %, тоді як, наприклад, у Польщі й Угорщині цей показник становить 25 %, а в Німеччині – понад 50 % [74, 11].

З метою виявлення можливостей вітчизняних підприємств птахівництва, проаналізуємо їх економічний потенціал. Дослідження здійснюватимемо у декілька етапів:

1. Аналіз динаміки обсягів виробництва та реалізації м'яса птиці.
2. Оцінювання конкурентоспроможності вітчизняних підприємств птахівництва з метою визначення виробника з найкращою конкурентною позицією.
3. Оцінювання конкурентоспроможності продукції птахівництва.
4. Аналізування стану та тенденцій зовнішньоекономічної діяльності підприємств птахівництва.
5. Аналізування балансу м'яса та м'ясних продуктів з метою визначення потенціалу збуту на внутрішньому та зовнішньому ринках.

Обсяг виробництва м'яса птиці залежить від попиту, який визначається рівнем споживання. В межах статистичного обліку держави спостереження ведуться у розрізі підприємств тваринництва. Дані про виробництво основних видів продукції тваринництва у 2008-2012 рр. наведені у дод. А.

Протягом 2008–2012 рр. обсяги виробництва продукції тваринництва збільшились в середньому на 6,8 % в тому числі в сільськогосподарських підприємствах на 8,6 %. В господарствах населення в 2010 році було зафіксоване падіння обсягів виробництва на рівні 0,5 %. У 2011 році обсяги виробництва продукції тваринництва збільшились на 3,5 % в тому числі в сільськогосподарських підприємствах на 7,2 %. див. Дод. А).



У таблиці 2.1. наведені дані про поголів'я худоби та птиці в Україні за 2008-2012 рр.

Таблиця 2.1

Динаміка чисельності поголів'я худоби та птиці  
в Україні за 2008 – 2012 рр.

Показники	2008 р	2009 р.	2010р.	2011р.	2012р.	Темп росту, %			
						2009р. від 2008р	2010р від 2009.	2011р. від 2010р.	2012р від 2011р
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Усі категорії господарств									
Велика рогата худоба, тис. голів	4957,0	4918,0	4494,4	4471,1	4402,2	99,2	91,4	99,5	98,5
в тч. корови, тис. голів	2703,6	2758,0	2631,2	2588,4	2600,2	102,0	95,4	98,4	100,5
Свині, тис. голів	6974,8	7135,0	7960,4	7478,7	7498,3	102,3	111,6	93,9	100,3
Птиця усіх видів, тис. голів	196725,2	190524,1	203839,8	199510,8	203656,0	96,9	106,9	97,9	102,1

\* Примітка: джерело [116].

Протягом 2008-2012 рр. спостерігалася негативна тенденція скорочення поголів'я великої рогатої худоби в господарствах усіх категорій. Станом на 31.12.2011 р. нараховувалося 4471,1 тис. голів великої рогатої худоби, що на 9,1 менше порівняно з відповідною датою 2009 р. Водночас у 2010 році спостерігалася зростання поголів'я птиці, станом на 31.12.2010 р. - 203839,8 тис. голів (+6,9 % проти відповідної дати 2009 року). Скорочення поголів'я великої рогатої худоби на тлі тривалого нарощування поголів'я птиці пов'язано із тим, що організація виробництва м'яса птиці є інвестиційно-привабливою та потребує значно меншого періоду часу для досягнення кондиційної ваги ніж у виробництві великої рогатої худоби.

Станом на 31.12.2011 р. чисельність поголів'я птиці всіх видів за всіма категоріями господарств України склала 199511 млн. гол., що на 2,1 % нижче, ніж за аналогічний період попереднього року. При цьому в с/г підприємствах

поголів'я птиці знизилося на 4,7 % і налічує 105363 млн. гол. У господарствах населення чисельність поголів'я - 94148 млн. гол., що на 0,9 % вище показника на 31.12.2010 р. (див. дод. Б).

Найбільше поголів'я усіх видів птиці по усіх категоріях господарств України станом на 31 грудня 2011 року спостерігалось в таких областях: Черкаська (23,7 млн. голів, 12 % від загальної чисельності поголів'я птиці). Щодо показника станом на 31 грудня 2011 року поголів'я склало 88 % від аналогічного показника станом на 31 грудня 2010 року; Київська (22,0 млн. голів, 11 %). Темп росту 102 %; Дніпропетровська (18,4 млн. гол, 9 %). Темп росту 104 %; Донецька (14,7 млн. голів, 8 %). Темп росту 97 %; Вінницька (9,9 млн. голів, 5 %). Темп росту 96 %.

Найбільше поголів'я усіх видів птиці у сільськогосподарських підприємствах України станом на 31 грудня 2011 року спостерігалось в таких областях: Черкаська (19,2 млн. голів, 18 % від загальної чисельності поголів'я птиці). Щодо показника на 1 січня 2012 року поголів'я склало 86 % від аналогічного показника на 1 січня 2011 року; Київська (17,8 млн. голів, 17 %). Темп росту 101 %; Дніпропетровська (13,8 млн. гол, 13 %). Темп росту 105 %; Донецька (9,5 млн. голів, 7 %). Темп росту 94 %; АР Крим (6,8 млн. голів, 7 %). Темп росту 95 %.

Найбільше поголів'я усіх видів птиці у господарствах населення України станом на 31 грудня 2011 року спостерігалось в таких областях: Вінницька (7,9 млн. голів, 9 % від загальної чисельності поголів'я птиці). Щодо показника на 31 грудня 2011 року поголів'я склало 101 % від аналогічного показника на 31 грудня 2010 року; Донецька (5,2 млн. голів, 5 %). Темп росту 103 %; Львівська (4,9 млн. гол, 5 %). Темп росту 103 %; Харківська (4,9 млн. голів, 5 %). Темп росту 99 %; Черкаська (4,5 млн. голів, 5 %). Темп росту 91 %.

У свою чергу Волинська область станом на 31 грудня 2011 року займала 14 місце за чисельністю поголів'я усіх видів птиці по усіх категоріях господарств України, 10 місце за чисельністю поголів'я усіх видів птиці у сільськогосподарських підприємствах України та 10 місце за чисельністю

поголів'я усіх видів птиці у господарствах населення України. Протягом 2012 року ситуація не змінилась.

Проаналізовані дані свідчать, що 52 % поголів'я птиці у Волинській області знаходиться у сільськогосподарських підприємств, а решта (48 %) – у господарствах населення.

Чисельність поголів'я курей-несучок м'ясних порід в Україні станом на 31 грудня 2011 року склала 2362,2 тис. голів (див. Дод. В), що нижче показника за аналогічний період попереднього року на 2,2 %. Лідируючі позиції за чисельність курей-несучок м'ясних порід станом на 31 грудня 2011 займають області (рис. 2.1): Київська - 1550,2 тис. гол., Донецька - 271,7 тис. гол., Запорізька - 243,8 тис. гол., Луганська - 115,9 тис. гол., Харківська - 109,8 тис. гол., Волинська - 44,1 тис. гол. Волинська область займає шосте місце в Україні за чисельність курей-несучок м'ясних порід в сільськогосподарських підприємствах станом на 31 грудня 2011 року.

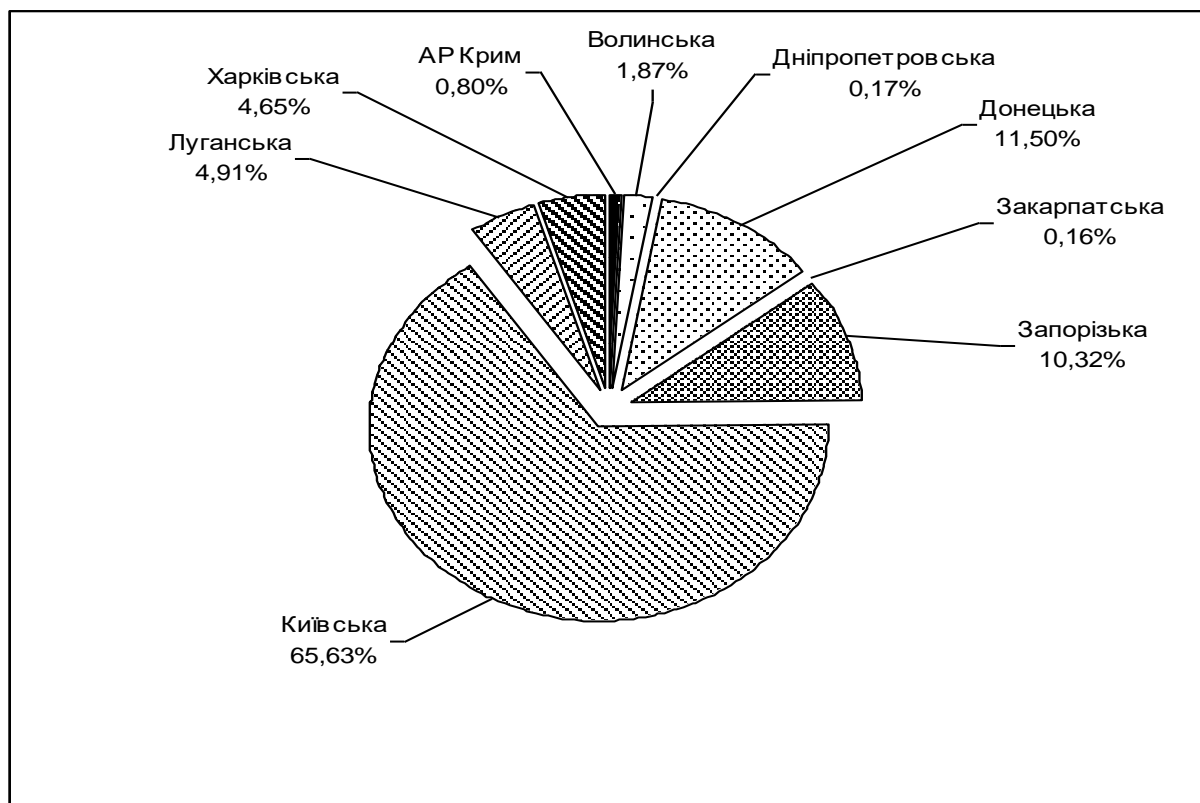


Рис. 2.1. Структура областей за чисельністю поголів'я курей-несучок м'ясних порід станом на 31 грудня 2011 року

Станом на 31 грудня 2011 року в Україні було вироблено 2109,5 тис. т м'яса всіх видів (у живій вазі), всіма категоріями господарств. Щодо минулого року виробництво склало 104,8 %, що на 97,1 тис. т більше. При цьому питома вага промислового виробництва м'яса становить 57,7 % від загального обсягу виробництва м'яса усіх видів всіма категоріями господарств. Сільськогосподарськими підприємствами було вироблено 1218,3 тис. т м'яса. У господарствах населення виробництво зросло на 1,3 % відносно минулого року і склало 891,2 тис. т (див. Дод. Д).

Впродовж проаналізованого періоду зростання обсягів виробництва м'яса українськими виробниками відбувалося переважно за рахунок м'яса птиці, на тлі щорічного зниження обсягів виробництва яловичини та телятини. Але, поряд з цим, почали збільшуватись обсяги виробництва свинини.

Питома вага виробництва м'яса птиці усіх видів у загальному обсязі виробництва усіма видами господарств станом на 31 грудня 2011 року склала 47,5 %, а станом на 31 грудня 2010 року цей показник був на рівні 47,4 %. Тобто, ми спостерігаємо зростання питомої ваги виробництва м'яса птиці у загальному обсязі виробництва м'яса. Питома вага виробництва м'яса птиці усіх видів у загальному обсязі промислового виробництва станом на 31 грудня 2011 року склала 67,1 %, а станом на 31 грудня 2010 року цей показник був на рівні 66,9 %. Тобто частка виробництва м'яса птиці усіх видів у загальному обсязі промислового виробництва зросла на 0,2 %. У 2011 році промислове виробництво м'яса птиці (у живій вазі) в Україні склало 817,2 тис. т, що на 95,2 тис. т або на 13,2 % вище показника 2010 року.

У господарствах населення станом на 31 грудня 2011 року було вироблено 891,2 тис. т (у живій вазі) м'яса всіх видів. При цьому виробництво м'яса птиці склало 184,6 тис. т, що на 1,7 % або на 3,1 тис. т вище рівня виробництва за аналогічний період попереднього року.

У 2011 році сільськогосподарськими підприємствами України було вирощено 995,9 тис. т (живої ваги) м'яса птиці всіх видів, що є менше ніж у 2010 році. У 2010 році було перевищення цього показника на 2,3 % або 24,2

тис. т. З них реалізовано на забій 1050,3 тис. т (живої ваги) м'яса птиці всіх видів (див. рис. 2.2). Щодо минулого року обсяг реалізованої на забій птиці збільшився на 5,2 % або 52,2 тис. т.

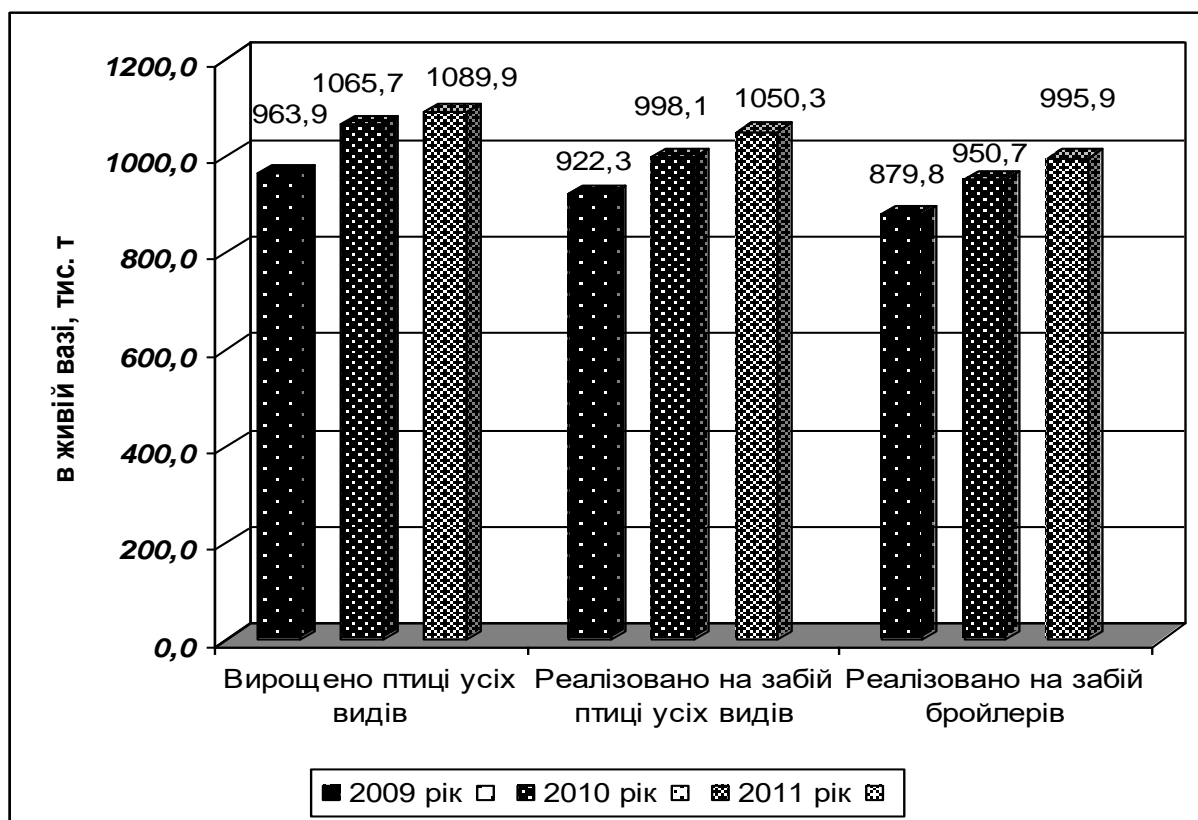


Рис. 2.2. Динаміка чисельності вирощеної та реалізованої на забій птиці у 2009-2011 рр.

Лідерами за обсягами реалізованих на забій бройлерів у 2011 р. є такі області: 1. Черкаська - 350,9 тис. т, 36 % у загальному обсязі реалізованих на забій бройлерів; 2. Дніпропетровська - 189,8 тис. т, 19 % у загальному обсязі реалізованих на забій бройлерів; 3. Київська - 147,0 тис. т, 15 % у загальному обсязі реалізованих на забій бройлерів; 4. АР Крим - 94,4 тис. т, 9 % у загальному обсязі реалізованих на забій бройлерів; 5. Львівська - 48,6 тис. т, 5 % у загальному обсязі реалізованих на забій бройлерів; 6. Волинська - 47,4 тис. т, 5 % у загальному обсязі реалізованих на забій бройлерів (див. Дод. Ж). Частка усіх інших областей у обсязі реалізованих на забій бройлерів у 2011 р. становила 7 % (рис. 2.3).

Середні ціни реалізації птиці (в живій вазі) становили 10494,5 грн./т, 11279,3 грн./т та 12320,9 грн./т у 2009, 2010, 2011 рр. відповідно. Отже, у 2010 р. ціни зросли на 784,80 грн./т або на 7,5 % у порівнянні з 2009 р., а у 2011 р. ціни зросли на 1041,6 грн./т, тобто на 9,2 % у порівнянні з 2010 р. (див. дод. 3).

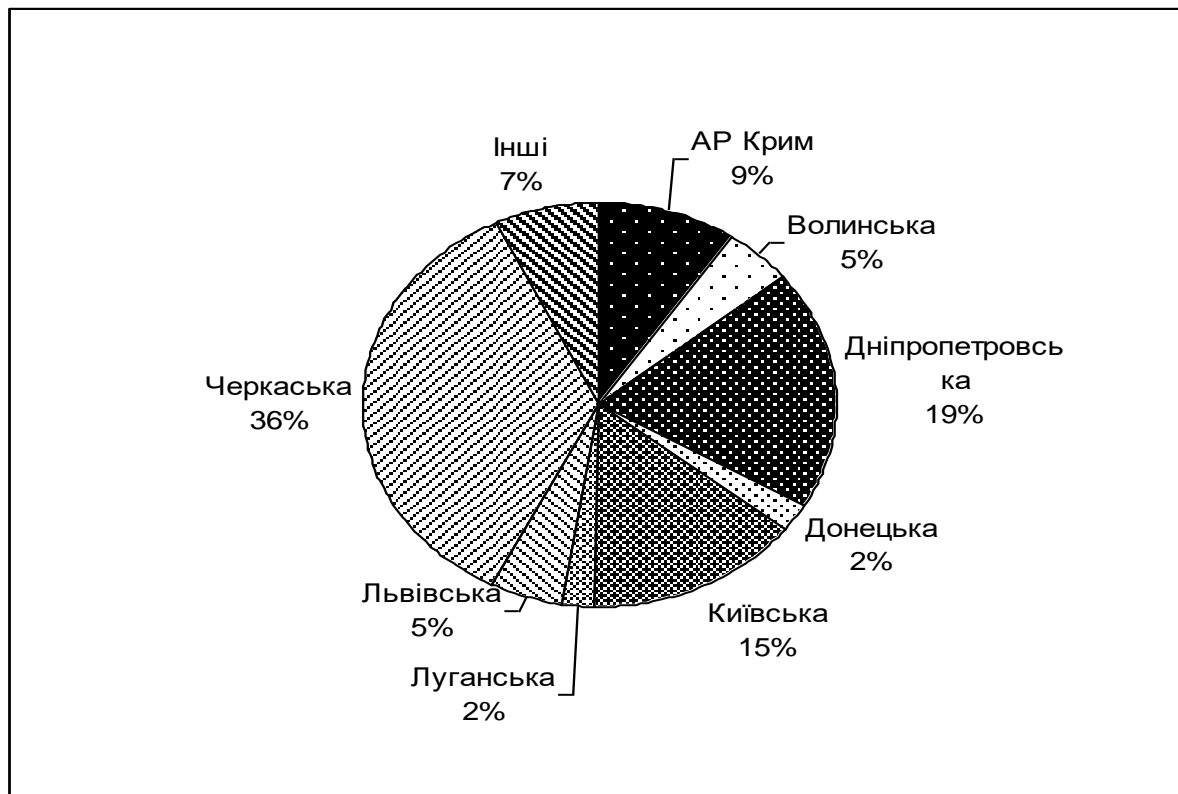


Рис. 2.3. Структура областей за обсягами реалізованих на забій бройлерів у 2011 р.

Поступове зростання цін на основні види сільськогосподарської продукції у 2008-2012 рр. зумовлене скороченням пропозиції аграрної продукції, зростанням цін на промислову продукцію, що споживається в сільському господарстві, а також збільшенням попиту на аграрну сировину на світових ринках.

В 2012 році відбувалося подальше зростання собівартості виробництва продукції тваринництва, зокрема м'яса птиці – на 8 %. Основними факторами є зростання цін на продукцію рослинництва, паливно-мастильні матеріали, комунальні послуги тощо. Крім того, зростанню цін можуть сприяти низькі

темпи відновлення купівельної спроможності населення, а також подальше скорочення поголів'я великої рогатої худоби.

На сьогодні основними ризиками у м'ясній галузі залишаються високий рівень конкуренції, відчутний дефіцит сировини, а також висока залежність рівня цін, з одного боку від ситуації на ринках сільськогосподарської продукції, а з іншого боку від рівня платоспроможності населення. Також ризики для галузі представляє можливість введення обмежень на імпорт української тваринницької продукції. Так у липні 2011 року ветеринарні органи держав – членів Митного союзу, вирішили ввести тимчасові обмеження на імпорт продукції тваринництва ряду українських підприємств.

За підсумками 2011 року спостерігається активізація кредитування аграрного сектора комерційними банками. Так, протягом 2011 року сільськогосподарськими компаніями залучені кредити на загальну суму 22,4 млрд. грн. Тоді як за аналогічні періоди 2009-2010 рр. даний показник становив 9,9 млрд. грн. і 13,8 млрд. грн. відповідно.

Для підтримки виробництва м'яса птиці у 2011 році переробним підприємствам надійшло 6356,5 тис. грн. прямих бюджетних дотацій, в тому числі переробним підприємствам Волинської області - 3163,7 тис. грн., що становить 49,8 % у загальному обсязі дотацій (див. Дод. К).

За останній рік виробництво м'яса птиці в Україні збільшилося на 5,1 %, для подальшого зростання є значне підґрунтя, одне з яких - значна частка імпорту у загальних обсягах споживання м'яса птиці в Україні. Отже, ринок м'яса птиці в Україні є конкурентним, незважаючи обмежену рентабельність виробників. Рентабельність виробництва продукції тваринництва у 2008-2012 рр. наведена в табл. 2.2.

Таблиця 2.2

Динаміка рентабельності виробництва продукції тваринництва у 2008–2012 рр.

Роки	Рентабельність виробництва продукції тваринництва, % у тому числі					
	М'ясо великої рогатої худоби	М'ясо свиней	М'ясо птиці	М'ясо овець та кіз	Молоко	Яйця

1	2	3	4	5	6	7
2008	-32,3	10,4	-19,6	-31,0	1,2	10,7
2009	-32,9	12,1	-22,5	-31,8	1,4	13,1
2010	-35,9	-7,8	-4,4	-29,5	17,9	18,6
2011	-37,5	-5,4	2,1	-27,6	18,4	19,7
2012	-38,2	-6,4	2,9	-25,2	19,6	19,9

\* Примітка: джерело [116].

Тобто, рентабельність виробництва м'яса птиці у 2009 р. була від'ємною і становила -22,5 %, у 2010 р. вона зросла на 18,1 %, але все-одно залишалася від'ємною (-4,4 %). Лише у 2011 р. рентабельність виробництва м'яса птиці була додатною – 2,1 %. У 2013 році прогнозується зростання собівартості виробництва продукції тваринництва. Основними факторами є зростання цін на продукцію рослинництва, паливно-мастильні матеріали, енергоресурси, та низькі темпи відновлення купівельної спроможності населення.

Основні конкуренти на ринку м'яса птиці у межах національного ринку наведені в табл. 2.3. Волинським виробником м'яса курки є ТЗОВ «Птахокомплекс «Губин». Він значно відстає від своїх конкурентів, таких як: АТЗТ «Миронівський хлібопродукт», ПрАТ «Комплекс Агромарс», ПрАТ «Птахокомбінат Дніпровський», ТОВ «РУБІ РОЗ АГРІКОЛ Ко ЛТД», ПАТ «Володимир - Волинська птахофабрика» ТМ «Курка Чеботурка», ТОВ «Ландгут Україна». Але, ТЗОВ «Птахокомплекс «Губин» випереджає по обсягах виробництва ТОВ «Агроукрптаха» на 2736 т у 2010 р.

Таблиця 2.3

#### Перелік основних конкурентів на внутрішньому ринку

№ п/п	Найменування підприємства	Виробництво м'яса птиці, т				
		2008 р.	2009 р.	2010 р.	2011 р.	2012 р.
1	2	3	4	5	6	7
1	АТЗТ «Миронівський хлібопродукт»	225 589	293 929	330 368	331 379	336 348
2	ПрАТ «Птахокомбінат Дніпровський»	41 762	51 932	58 060	59 900	60 897
3	ПАТ «Володимир – Волинська Птахофабрика» ТМ «Курка Чеботурка»	16 107	20 872	25 739	27 780	26 098
4	ПрАТ «Комплекс Агромарс»	155 712	146 749	186 839	189 567	189 989
5	ТОВ «РУБІ РОЗ АГРІКОЛ Ко ЛТД»	46 006	35 955	44 029	47 098	48 788
6	ТОВ «Ланд гут Україна»	15 564	16 913	18 902	19 007	20 009
7	ТОВ «Агроукрптаха»	10 999	11 851	11 080	11 346	12 763
8	ТЗОВ «Птахокомплекс «Губин»	12 903	14 230	13 816	14 026	14 676



\* Примітка: джерело [115].

У 2010 році ТзОВ «Птахокомплекс «Губин» виробив на власних потужностях 11575 т м'ясо-продукції, відповідний показник гарантує йому входження до ТОП-10 виробників м'яса птиці в Україні. Відставання від лідера галузі АТЗТ «Миронівський хлібопродукт» є значним, а частка ринку ТзОВ «Птахокомплекс «Губин» за результатами 2010 року оцінюється РА «Експерт-Рейтинг» у розмірі 1,2 %. Відповідна частка розрахована на основі офіційних даних Компанії та Союзу птахівників України (СПУ). За офіційними даними СПУ, обсяг виробництва м'яса птиці в Україні у 2010 році збільшився на 7 % і склав 954 тис. т. У 2010 році Україна виробляла у середньому 23,2 кг курятини на одну особу. Для порівняння у США споживання курятини на одну особу складає 43,4 кг на рік.

Частки ринку м'яса птиці найбільших виробників у 2012 р. наведена на рис. 2.4.

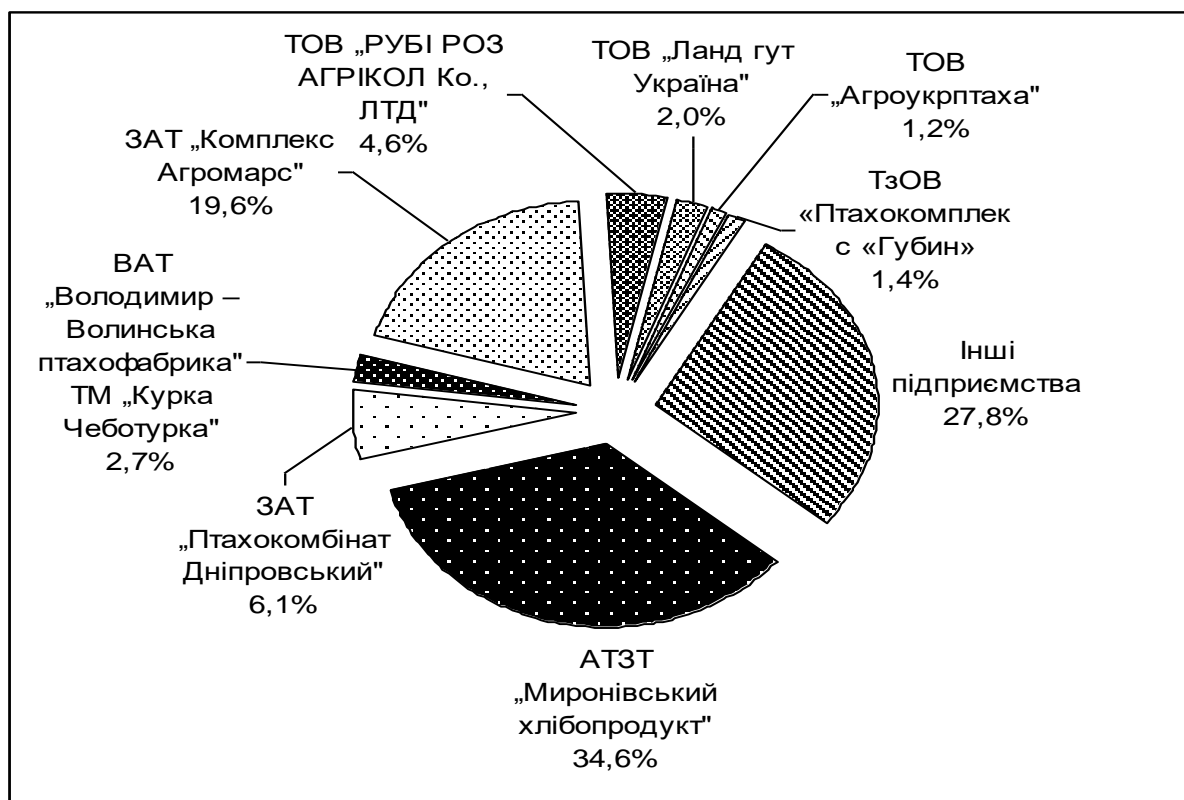


Рис. 2.4. Структура ринку м'яса птиці 2012 р.

Таким чином, лідером, за часткою ринку, серед обраних підприємств у

2012 р. слід вважати АТЗТ “Миронівський хлібопродукт” (частка ринку - 34,6 %), та ПрАТ “Комплекс Агромарс” (частка ринку – 19,6 %), а найслабшу позицію серед провідних підприємств слід віддати ТОВ “Агроукрптаха”.

Тільки декілька компаній, що виробляють м'ясо птиці, працюють у національному масштабі, інші обслуговують певні регіони. Стабільність збуту і переваги у боротьбі за споживачів залежні від частки ринку у тому регіоні, де працює регіональний виробник. РА “Експерт-Рейтинг” оцінює частку ринку ТзОВ “Птахокомплекс “Губин” у західних областях України на рівні 7-8 %.

Високий рівень конкуренції на внутрішньому ринку зумовлений великою кількістю виробників м'яса птиці та присутністю значної частки імпорту. Маючи високий рівень конкурентоспроможності на внутрішньому ринку, підприємство матиме велику ймовірність знайти свою конкурентну нішу на зовнішньому. З метою оцінки конкурентоспроможності продукції птахівництва було виділено слабкі та сильні сторони вітчизняних виробників (табл. 2.4).

Таблиця 2.4

Сильні та слабкі сторони вітчизняних виробників м'яса птиці

Підсистеми внутрішнього середовища	Сильні сторони	Слабкі сторони
1	2	3
1. Якості	Високоякісна продукція	Не прослідковуються
2. Виробництва	Модернізація виробничого обладнання, постійне удосконалення технологічних процесів	Низька рентабельність продукції
3. Планування	Наявність системи планових документів	Часткове недотримання планових показників
4. Соціального забезпечення	Повний соціальний пакет (включаючи пільги, оздоровчий відпочинок, святкові заходи тощо)	Не прослідковуються
5. Фінансів	Прибутковість, фінансова стабільність	Незначна заборгованість, нееликі розміри кредитів
6. Технічного забезпечення	Повне технічне забезпечення невиробничого персоналу	Не повна комп'ютеризація виробничого процесу
7. Збуту	Ефективна збутова мережа	Відокремленість збутової мережі
8. Управління	Чітко побудована організаційна структура управління та система контролю діяльності підприємства	Не прослідковуються
9. Маркетингу	Постійний моніторинг ринку, розробка конкурентних стратегій, постійна	Не прослідковуються

	оновлюваність асортименту продукції.	
10. Персоналу	Висококваліфікований персонал, ефективна система мотивації	Поділ на неформальні групи, що заважає співпраці у формально побудованих колективах, невідповідність з/п деяких категорій працівників

\*Примітка: сформовано автором.

Але на конкурентне становище підприємства впливають не лише внутрішні фактори, але й і зовнішні. Таким чином виникає необхідність спеціального вивчення впливу відповідних зовнішніх факторів (табл. 2.5).

Таблиця 2.5

Аналіз факторів макросередовища вітчизняних виробників м'яса птиці

Компоненти	Фактори, що впливають на підприємство	
	Позитивні	Негативні
1	2	3
Демографічні	-	1. Зниження народжуваності 2. Старіння населення 3. Міграція населення
Соціальні	1. Працьовитість населення України 2. Позитивне ставлення населення до вітчизняних товарів	-
Технологічні	1. Прискорення науково-технічного прогресу 2. Посилення уваги до впровадження незначних удосконалень, уже існуючих товарів 3. Жорсткість державного контролю за доброякісністю і безпечністю товарів	1. Високі ціни на засоби виробництва та установку новітнього обладнання
Економічні	1. Зростання сільськогосподарського виробництва в середньому на 12 %	1. Кризовий стан економіки 2. Низький рівень платоспроможності підприємств-покупців 3. Високий рівень інфляції та безробіття 4. Зростання цін на енергоносії
Політичні і правові	-	1. Не всі прийняті закони набули сили і виконуються 2. Нестабільна політична ситуація і протиборство політичних сил

\*Примітка: сформовано автором.

Таким чином, фактори макросередовища мають істотний як позитивний, так і негативний вплив на підприємство. Зрозуміло, що за таких умов необхідно ефективно використати позитивні фактори і нівелювати негативні. Узагальнимо вплив факторів зовнішнього і внутрішнього середовища на діяльність вітчизняних виробників м'яса птиці у матриці SWOT-аналізу (див. табл. 2.6).

Таблиця 2.6

Матриця SWOT-аналізу для ТзОВ «Птахокомплекс «Губин»

Зовнішні фактори	Можливості підприємства: 1. Майбутні інвестиції. 2. Дешева, в умовах безробіття, робочої сили. 3. Вихід на нові ринки. 4. Поліпшення якості готової продукції. 5. Зменшення витрат на виробництво продукції. 6. Підвищення продуктивності праці	Загрози для підприємства: 1. Неплатоспроможність покупця. 2. Інфляція. 3. Недостатня кваліфікація працівників. 4. Зростання цін на енергоносії. 5. Недостатньо гнучка система управління і керівництва. 6. Зростання собівартості через підвищення цін на корми
Внутрішні фактори	7. Вихід на міжнародні ринки 8. Розширення дистриб'юторської мережі по Україні	
Сильні сторони підприємства	Сила і можливості	Сила і загрози
1. Впровадження нового обладнання. 2. Використання відходів виробництва. 3. Вдосконалення технологій. 4. Зростання частки ринку. 5. Гарна репутація серед покупців. 6. Висока якість готової продукції. 7. Відома торгова марка продукції 8. Пропозиція забезпечена платоспроможним попитом	1. Спрямування інвестицій на: придбання нового обладнання; розвиток технологій; збільшення обсягів продукції; підвищення кваліфікації і перепідготовку працівників. 2. Зростання обсягів виробництва сприяє пошуку нових ринків збуту. 3. Хороша репутація дозволяє знаходити нових покупців і нові ринки збуту. 4. Оновлення техніки сприяє поліпшенню якості продукції. 5. Нові технології виробництва продукції дозволяють скоротити витрати на її випуск. 6. Скорочення чисельності працівників зменшує витрати на виробництво продукції	1. Неплатоспроможність покупців може викликати недостатність коштів на впровадження нової техніки. 2. Низький фаховий рівень працівників призводить до виробництва неякісної продукції. 3. Підвищення цін на енергоносії обумовлює зменшення обсягів виробництва продукції.
Слабкі сторони підприємства	Слабкість і можливості	Слабкість і загрози

1. Брак молодих керівників. 2. Негативна рентабельність через високі витрати. 3. Висока плинність кадрів.	1. Спрямування інвестицій на заміну застарілого устаткування. 2. Збільшення прибутку за рахунок зменшення витрат на виробництво.	1. Старе керівництво повільно реагує на зміни в економіці. 2. Неплатоспроможність покупців негативно впливає на рентабельність виробництва. 3. Інфляція також має негативний вплив на рентабельність
---	---	--

\*Примітка: сформовано автором.

Конкурентоспроможність організації може бути визначена як комплексна порівняльна характеристика підприємства, яка відображує ступінь переваги сукупності оціночних показників його діяльності, що визначають успіх підприємства на певному ринку за певний проміжок часу по відношенню до сукупності показників конкурентів [52, 38]. Розрахунок показників інтенсивності конкуренції у галузі відображено у табл. 2.7.

Таблиця 2.7

Показники інтенсивності конкуренції у галузі у 2012 р.

№ п/п	Показник	Формула для розрахунку	Значення	Нормати вне значення
1.	Чотирьохчастковий показник коцентрації	$CR_4 = \sum_{i=1}^4 V_i / V_p,$ де $V_i$ - об'єм продажів продукції даної асортиментної групи $i$ -ю фірмою; $i = 1, 2, 3, 4$ ; $V_p$ - об'єм ринку даної асортиментної групи продукції	0,98	$\leq 0,75$
2.	Індекс Херфіндала-Хершмана	$I_h = \sum D_i^2,$ де $D_i$ - частка ринку $i$ -тої фірми	2,4	$0 < I_h \leq 1$
3.	Показник інтенсивності конкуренції, що враховує рентабельність ринку	$U_p = 1 - R_p$ $R_p = \Pi / V_p,$ де $R_p$ - рентабельність ринку; $\Pi$ - прибуток ринку, грошова одиниця; $V_p$ - об'єм ринку, грошова одиниця	1,04	-
4.	Показник інтенсивності конкуренції, що враховує частки конкурентів	$U_d = 1 - n \sqrt{(1/n) \sum (D_i - 1/n)^2},$ де $n$ - кількість конкуруючих фірм; $D_i$ - частка $i$ -го конкурента на ринку	1,60	-
5.	Показник інтенсивності конкуренції, що враховує темпи зростання об'єму	$U_T = (140 - T_p) / 70,$ де 140 і 70 - граничні значення річних темпів зростання продажів; $T_p$ - річний темп зростання об'єму продажів на даному товарному ринку, %	0,47	-

	продажів			
6.	Узагальнюючий показник інтенсивності конкуренції	$U_k = \sqrt[3]{U_p U_d U_T}$ де $U_p$ - показник інтенсивності конкуренції, що враховує рентабельність ринку; $U_d$ - показник інтенсивності конкуренції, що враховує частки конкурентів на даному ринку; $U_T$ - показник інтенсивності конкуренції, що враховує темпи зростання об'єму продажів	0,92	$0 \leq U_k \leq 1$

Примітка: сформовано автором на основі джерела [30, 35-37].

За результатами розрахунків можна зробити такі висновки: чотирьохчастковий показник концентрації у 2012 р. становив 0,98 пункти, що перевищує нормативне значення на 0,22 пункти, це свідчить про високий ступінь монополізації ринку м'яса птиці; Індекс Херфіндала-Хершмана в 2,4 рази перевищує нормативне значення, що свідчить про високий рівень конкуренції на ринку. Попередні результати підтверджуються значенням узагальнюючого показника інтенсивності конкуренції – 0,92 пункти.

Конкурентне середовище формується не тільки під впливом боротьби внутрішньогалузевих конкурентів, тому для аналізу конкуренції на ринку відповідно до моделі М. Портера враховуються відомі п'ять груп факторів. Кожна з сил конкуренції може робити різний як по напрямку, так і по значимості вплив на ситуацію в галузі, а їхній сумарний вплив у підсумку визначає характеристики конкурентної боротьби в галузі [123, 19]. Здійснимо оцінку впливу конкурентного середовища на діяльність ТзОВ «Птахокомплекс «Губин» за методом М. Портера (див. табл. 2.8).

Таблиця 2.8

Оцінку впливу конкурентного середовища на діяльність ТзОВ «Птахокомплекс «Губин» за методом М. Портера

Конкурентні сили	Фактор	Стан фактору	Оцінка фактору в балах		
			1	2	3
1	2	3	4	5	6
1.Проникнення нових конкурентів	1.1. Рівень вхідного бар'єру	Значна економія на масштабах збуту		x	
		Високий рівень фінансових інвестицій	x		
		Низький ступінь диференціації продукції		x	

	1.2. Реакція діючих підприємств на появу нових конкурентів	Консерватизм існуючої системи поставок		x	
		Необхідність залучення постійних покупців			X
		Відсутність активної маркетингової політики			X
		Низька інноваційна активність управління персоналом			X
		Слабке використання методів ведення конкурентної боротьби		x	
Середнє значення впливу появи нових конкурентів $I(нк) = 18 / 8 = 2,25$					
2. Поява товарів-замінників	2.1. Вплив товарів - замінників	Перевагу отримує товар з нижчою ціною		x	
		Тенденції до реалізації дешевшого і менш якісного товару		x	
		Відсутність суттєвих розбіжностей в асортименті основних конкурентів			X
	2.2.Протизаконна імітація існуючих виробів	Поява великої кількості товарів -замінників, отриманих в результаті дублювання відомих марок	x		

### Продовження таблиці 2.8

Середнє значення сили впливу товарів-замінників $I(тз) = 8 / 4 = 2,00$					
3.Конкурентна сила покупців	3.1. Вплив покупців на конкурентні позиції підприємства	Високий ступінь організації споживачів		x	
		Великі можливості покупців у виборі товарів-аналогів		x	
		Високий ступінь стандартизації продукції			X
		Висока мінливість смаків і вподобань споживачів по відношенню до товарів підприємства		x	
	3.2.Торговельна сила споживачів	Зростання рівня інформованості покупців про товари			X
Середнє значення сили впливу покупців $I(пок) = 12 / 5 = 2,40$					
4.Конкурентна сила постачальників	4.1 Вплив постачальників на конкурентні позиції підприємства	Необмежені можливості підприємства у виборі постачальників	x		
		Тенденції до скорочення тривалості господарських зв'язків		x	
		Низька вартість переходу до іншого постачальника		x	
	4.2.Обмеження ресурсного потенціалу фірми	Відсутність власних оборотних коштів		x	
		Нестача складських приміщень	x		
Середнє значення сили впливу постачальників $I(пост) = 8 / 5 = 1,6$					
5.Конкурентія між існуючими на ринку фірмами	5.1. Ступінь інтенсивності конкуренції	Узагальнюючий показник інтенсивності конкуренції			X
		Наявність великої кількості малих підприємств - конкурентів			X
		Незначний приріст попиту на товар		x	
	5.2.Конкурентні позиції досліджуваної фірми	Вдале місце розташування фірми			X
		Відсутні дослідження конкурентів		x	
		Досліджені конкуренти фактично не мають сильних конкурентних переваг		x	
Середнє значення інтенсивності конкуренції між фірмами $I(к) = 15 / 6 = 2,50$					

Примітка: розраховано автором

Коефіцієнт впливу конкурентного середовища на діяльність підприємства за методом М. Портера розраховується за такою формулою:

$$K_{впливу} = 0,2 * I_{(нк)} + 0,2 * I_{(тз)} + 0,3 * I_{(пок)} + 0,1 * I_{(пост)} + 0,2 * I_{(к)} \quad (2.8)$$

Усі необхідні дані для розрахунку коефіцієнта впливу наведені в табл. 2.7. Таким чином, у 2010 р. коефіцієнт впливу конкурентного середовища становив 2,23. Отже, за методикою М. Портера вплив конкурентного середовища на даному ринку вище середнього.

Для оцінки конкурентних переваг підприємства доцільно використати матрицю конкурентного профілю, інструменту аналізу конкурентних позицій підприємства на ринку, за допомогою якого дослідження здійснюється в табличній формі, де перелічуються ключові фактори успіху, кожному з яких дається оцінка. В матриці аналізують підприємства шляхом виставлення рейтингів за факторами успіху (рейтинг 1 - погано, 2- задовільно, 3 - добре, 4 - дуже добре). За методикою побудови матриці конкурентного профілю, згідно отриманого розподілу ваг та рейтингів за кожним ключовим фактором успіху виводимо загальну оцінку кожного фактора для кожного підприємства, а також узагальнюючий показник конкурентоспроможності підприємств [120, 91].

Побудуємо матрицю конкурентного профілю для ТзОВ “Птахокомплекс “Губин” на основі даних Союзу птахівників України [115], а отримані результати відобразимо у вигляді табл. 2.9.

Таблиця 2.9

Матриця конкурентного профілю ТзОВ “Птахокомплекс “Губин”

Фактори конкурентоспроможності	Ваговий коефіцієнт	ТзОВ “Птахокомплекс “Губин”		Головні конкуренти			
				На національному ринку - АТЗТ “Миронівський хлібопродукт”		На регіональному ринку - ВАТ “Володимир - Волинська птахофабрика” ТМ “Курка Чеботурка”	
				Рейтинг	Оцінка	Рейтинг	Оцінка
1	2	3	4	5	6	7	8
1. Продукція	0,400						
1.1. Якість	0,250	4	1,000	4	1,000	4	1,000
1.2. Дотримання екологічних вимог	0,050	3	0,150	3	0,150	1	0,050
1.3. Асортимент (відповідність структури попиту)	0,100	3	0,300	4	0,400	3	0,300
2. Ціна	0,400						
2.1. Продажна	0,250	3	0,750	4	1,000	3	0,750



2.2. Процентна знижка	0,075	2	0,150	3	0,225	1	0,075
2.3. Строки платежу	0,075	3	0,225	3	0,225	3	0,225
3. Канали збуту	0,100						
3.1. Форми збуту	0,050	3	0,150	4	0,200	3	0,150
3.2. Система транспортування	0,025	3	0,075	4	0,100	2	0,050
3.3. Система контролю замовлень	0,025	4	0,100	4	0,100	4	0,100
4. Просування товару на ринку	0,100						
4.1. Реклама	0,100	4	0,400	2	0,200	1	0,100
Загальна оцінка	1,000		3,300		3,600		2,800

Примітка: побудовано автором на основі джерела РА “Експер-Рейтинг”

Отримані результати свідчать про те, що найкраща конкурентна позиція серед провідних виробників м'яса птиці на національному ринку належить АТЗТ “Миронівський хлібопродукт”. Але, конкурентна позиція ТзОВ “Птахокомплекс “Губин” лише на 0,3 пункти менша ніж у АТЗТ “Миронівський хлібопродукт” та на 0,8 пункти вища ніж у ВАТ “Володимир - Волинська птахофабрика” ТМ “Курка Чеботурка”.

На основі даних табл. 2.9. побудуємо багатокутник конкурентоспроможності підприємств (див. рис. 2.5).

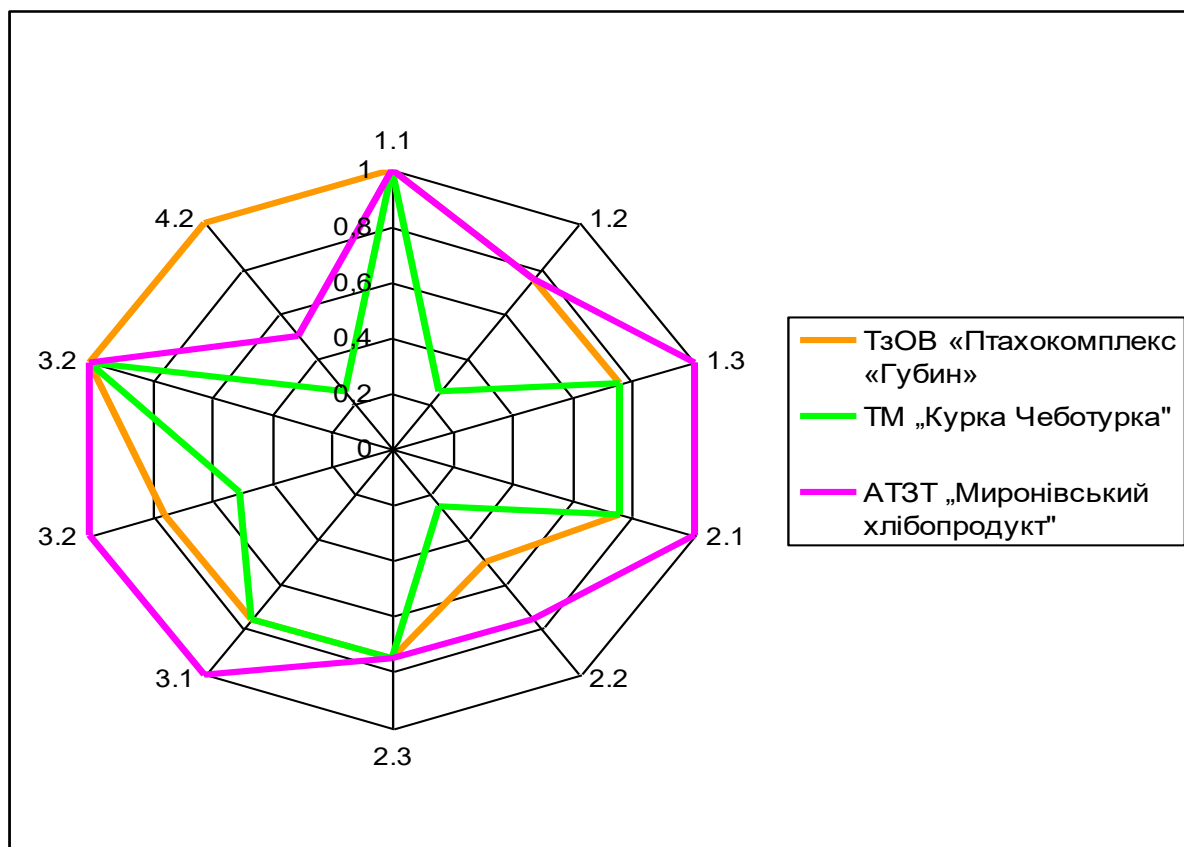


Рис. 2.5. Багатокутник конкурентоспроможності підприємств-виробників м'яса птиці у 2012 р.

Конкурентоспроможність окремого товару (послуги) визначається як його перевага порівняно з яким-небудь іншим товаром (аналогічним за призначенням чи його заміником) при вирішенні потенційним покупцем його проблем. Тобто це ступінь відповідності товару на певний момент вимогам цільових груп споживачів або обраного ринку за найважливішими характеристиками: технічними, економічними, екологічними тощо [101, 23].

Оцінимо конкурентоспроможність продукції підприємств птахівництва на вітчизняному та закордонних ринках.

За змістом показник  $K_{\text{INT}}$  відображає відмінності між продукцією, яка порівнюється у споживчому ефекті, що припадає на одиницю витрат покупця при придбанні і споживанні виробу. Якщо  $K_{\text{INT}} < 1$ , то розглянутий товар поступається зразку за конкурентоспроможністю, а якщо  $K_{\text{INT}} > 1$ , то перевищує, за однакової конкурентоспроможності  $K_{\text{INT}} = 1$ . При виході з новим товаром на міжнародний ринок має виконуватись умова  $K_{\text{INT}} > 1$  [99].

Конкурентоспроможність товару органічно пов'язана з його споживчою цінністю, яка виявляється в процесі порівняння з товарами конкурентами. На практиці, зазвичай виділяють три головні напрями оцінювання конкурентних властивостей виробу, такі як: технічна досконалість, цінова привабливість, умови реалізації та постачання.

Якісний рівень м'яса птиці повинен оцінюватись за такими параметрами, як: зовнішній вигляд і колір поверхні, смакові властивості, запах і аромат, термін придатності, консистенція м'яса та прозорість бульйону.

Цінова привабливість товару визначається шляхом зіставлення фактурних цін товарів і цін споживання. Цінова привабливість уточнюється також і в порівнянні якості, упаковки, марки, умов обслуговування тощо.

За зіставлення умов реалізації і постачання товару необхідно брати до уваги умови авансування, знижку до ціни, умови платежу та поставки, гарантії. Усі ці властивості виробу становлять комерційну характеристику конкуруючих виробів [74, 78].

Особливістю даного ринку є те, що асортимент продукції у всіх підприємств-конкурентів однаковий: голови курчати-бройлера, гомілка курчати-бройлера, крило курчати-бройлера, набір кулінарний, ноги курчати-бройлера, печінка курчати-бройлера, серце курчати-бройлера, стегно курчати-бройлера, тушка курчати-бройлера заморожена, тушка курчати-бройлера охолоджена, філе курчати-бройлера, четвертинка курчати-бройлера, шій курчати-бройлера, шлунки курчати-бройлера.

Оцінювання конкурентоспроможності здійснювалось для філе курячого таких виробників: ТзОВ "Птахокомплекс "Губин" ТМ "Пан Курчак"; ПАТ "Володимир-Волинська птахофабрика" ТМ "Курка Чеботурка", АТЗТ "Миронівський хлібопродукт" ТМ "Наша ряба" та ПрАТ "Комплекс Агромарс" ТМ "Гаврилівські курчата". Порівняння здійснюватиметься за такими характеристиками: зовнішній вигляд і колір поверхні; смакові властивості; запах і аромат; термін придатності; консистенція м'яса; прозорість бульйону; ціна продукції. Зведені результати експертних оцінок за якісними показниками курячого філе подано у таблиці 2.10. Максимальна оцінка – 10 балів, мінімальна – 0.

З табл. 2.10. видно, що найвищий рівень конкурентоспроможності у продукції АТЗТ “Миронівський хлібопродукт” ТМ “Наша ряба”. Продукція ТзОВ “Птахокомплекс “Губин” ТМ “Пан Курчак” поступається продукції АТЗТ “Миронівський хлібопродукт” ТМ “Наша ряба” лише по параметру зовнішній вигляд і колір поверхні. Конкурентоспроможність продукції ПАТ “Володимир-Волинська птахофабрика” ТМ “Курка Чеботурка” та ПрАТ “Комплекс Агромарс” ТМ “Гаврилівські курчата” є нижчою ніж продукція ТзОВ “Птахокомплекс “Губин” ТМ “Пан Курчак”.

Таблиця 2.10

Зведені результати експертних оцінок за якісними показниками  
курячого філе

Назва показника	Питома вага, %	Оцінка показника від 0 до 10			
		ТМ «Пан Курчак»	ТМ «Курка Чеботурка»	ТМ «Наша ряба»	ТМ «Гаврилівські курчата»
1	2	3	4	5	6
Зовнішній вигляд і колір поверхні	30	9	7	10	9
Смакові властивості	40	10	9	10	8
Запах і аромат	10	10	8	9	9
Термін придатності	10	10	10	10	10
Консистенція м'яса	5	8	7	8	9
Прозорість бульйону	5	9	8	9	8
Ціна, грн. з ПДВ	-	38,05	38,57	38,20	38,00

\*Примітка: сформовано автором на основі даних Союзу птахівників України [115].

Побудуємо багатокутник конкурентоспроможності курячого філе на основі даних табл. 2.10. (див. рис. 2.6).

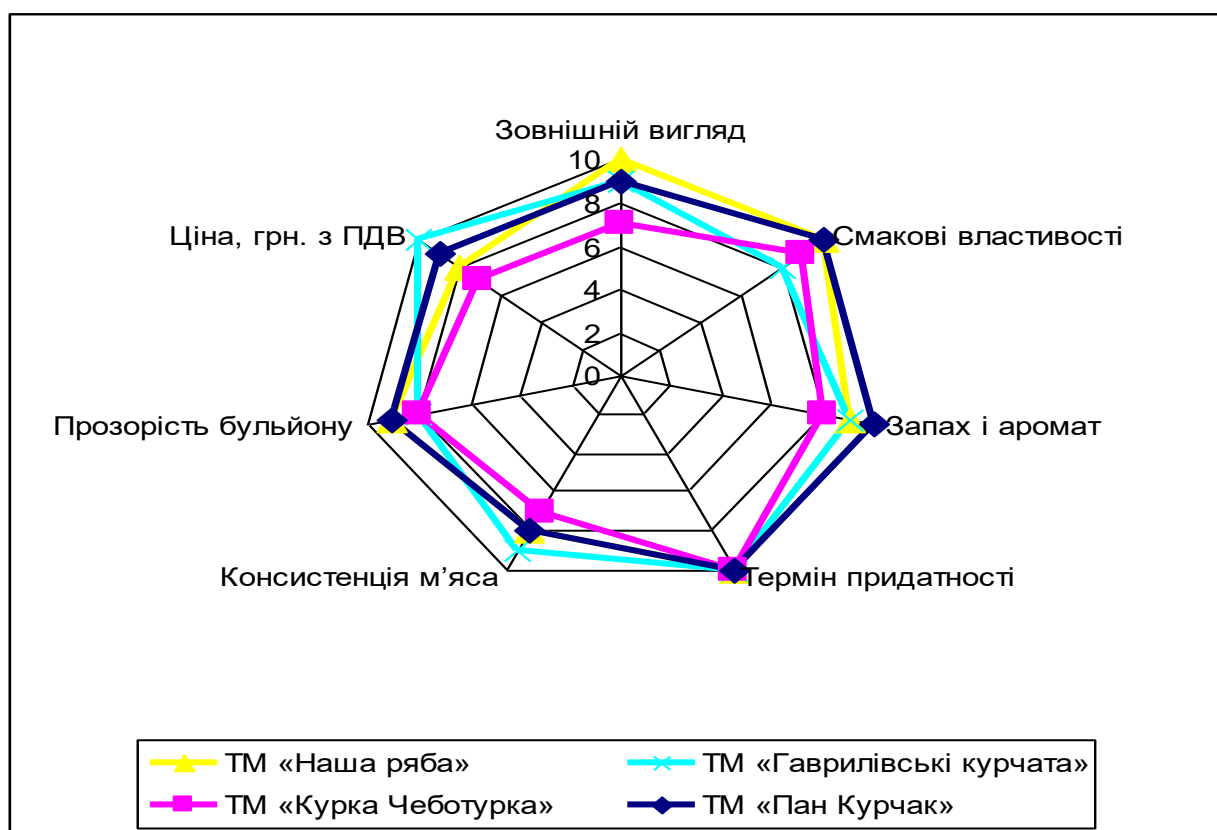


Рис. 2.6. Багатокутник конкурентоспроможності філе курячого на вітчизняному ринку у 2012 р.

Примітка: Побудовано автором

Розрахуємо груповий індекс за якісними параметрами, а отримані результати зобразимо у вигляді табл. 2.11.

Таблиця 2.11

Розрахунок групового індексу якісних параметрів досліджуваного курячого філе

Назва показника	ТМ «Курка Чеботурка»	ТМ «Наша ряба»	ТМ «Гаврилівські курчата»
1	2	3	4
Зовнішній вигляд і колір поверхні	0,233	0,333	0,300
Смакові властивості	0,360	0,400	0,320
Запах і аромат	0,080	0,090	0,090
Термін придатності	0,100	0,100	0,100
Консистенція м'яса	0,044	0,050	0,056
Прозорість бульйону	0,044	0,050	0,044
Індекс якісних параметрів	0,862	1,023	0,911

Оскільки індекс якісних параметрів курячого філе ТМ “Курка Чеботурка”

та ТМ “Гаврилівські курчата” менший за одиницю, то це свідчить про те, що продукція даних виробників поступається за якісними параметрами продукції ТзОВ “Птахокомплекс “Губин”. Індекс якісних параметрів курячого філе ТМ “Наша ряба” більший за одиницю, то це свідчить про те, що продукція АТЗТ “Миронівський хлібопродукт” краща за якісними параметрами ніж продукція ТзОВ “Птахокомплекс “Губин”.

Підрахунок групового показника за економічними параметрами подано у таблиці 2.12.

Таблиця 2.12

Результати розрахунок результатів групового показника економічних параметрів

Назва показника	ТМ «Пан Курчак»	ТМ «Курка Чеботурка»	ТМ «Наша ряба»	ТМ «Гаврилівські курчата»
Повні витрати споживача	38,05	38,57	38,20	38,00
Індекс економічних параметрів		1,014	1,004	0,999

Розрахувавши інтегральні індекси отримаємо інтегральний індекс конкурентоспроможності продукції (табл. 2.13).

Таблиця 2.13

Результати розрахунку інтегрального індексу конкурентоспроможності

Назва показника	ТМ «Курка Чеботурка»	ТМ «Наша ряба»	ТМ «Гаврилівські курчата»
Інтегральний індекс	0,850	1,019	0,912

Отже, продукція ТзОВ “Птахокомплекс «Губин” є конкурентоспроможною порівняно з аналогічною продукцією ПАТ “Володимир-Волинська птахофабрика” ТМ “Курка Чеботурка” та ПрАТ “Комплекс Агромарс” ТМ “Гаврилівські курчата” (індекс конкурентоспроможності є меншим від одиниці). Однак продукція АТЗТ “Миронівський хлібопродукт” ТМ “Наша ряба” має кращі якісні характеристики, а за економічними параметрами поступається продукції ТзОВ “Птахокомплекс “Губин”, отже, можна розглядати можливість цінової конкуренції.

Проведемо дослідження конкурентоспроможності вітчизняного м'яса птиці у порівнянні з іноземними аналогами з метою визначення їх конкурентоспроможності на закордонних ринках. Оцінювання конкурентоспроможності здійснювалось для філе курячого таких виробників: ТзОВ «Птахокомплекс «Губин» ТМ «Пан Курчак», Бойня «Пюрковски» та АТ «Супердроб». Зведені результати експертних оцінок за якісними показниками оцінюваних курячого філе подано у таблиці 2.14.

Таблиця 2.14

Зведені результати експертних оцінок за якісними показниками  
курячого філе

Назва показника	Питома вага, %	Оцінка показника від 0 до 10		
		ТМ «Пан Курчак»	АТ «Супердроб»	Бойня «Пюрковски»
Зовнішній вигляд і колір поверхні	30	9	10	7
Смакові властивості	40	10	9	9
Запах і аромат	10	10	10	8
Термін придатності	10	10	10	10
Консистенція м'яса	5	8	10	9
Прозорість бульйону	5	9	9	9
Ціна, грн. з ПДВ	-	38,05	41,90	34,43

\*Примітка: сформовано автором на основі даних Союзу птахівників України [115].

Розрахунок групового індексу якісних параметрів досліджуваного курячого філе наведено у таблиці 2.15.

Таблиця 2.15

Розрахунок групового індексу якісних параметрів досліджуваного  
курячого філе

Назва показника	АТ «Супердроб»	Бойня «Пюрковски»
Зовнішній вигляд і колір поверхні	0,333	0,233
Смакові властивості	0,360	0,360
Запах і аромат	0,100	0,080
Термін придатності	0,100	0,100
Консистенція м'яса	0,063	0,056
Прозорість бульйону	0,050	0,050
Індекс якісних параметрів	1,006	0,880

Оскільки індекс якісних параметрів курячого філе Бойня «Пюрковски»

менший за одиницю, то це свідчить про те, що продукція даного виробника поступається за якісними параметрами продукції ТзОВ “Птахокомплекс “Губин”. Індекс якісних параметрів курячого філе АТ “Супердроб” більший за одиницю, то це свідчить про те, що продукція АТ “Супердроб” краща за якісними параметрами ніж продукція ТзОВ “Птахокомплекс “Губин”.

Побудуємо багатокутник конкурентоспроможності курячого філе на закордонному ринку на основі даних табл. 2.15. (див. рис. 2.7).

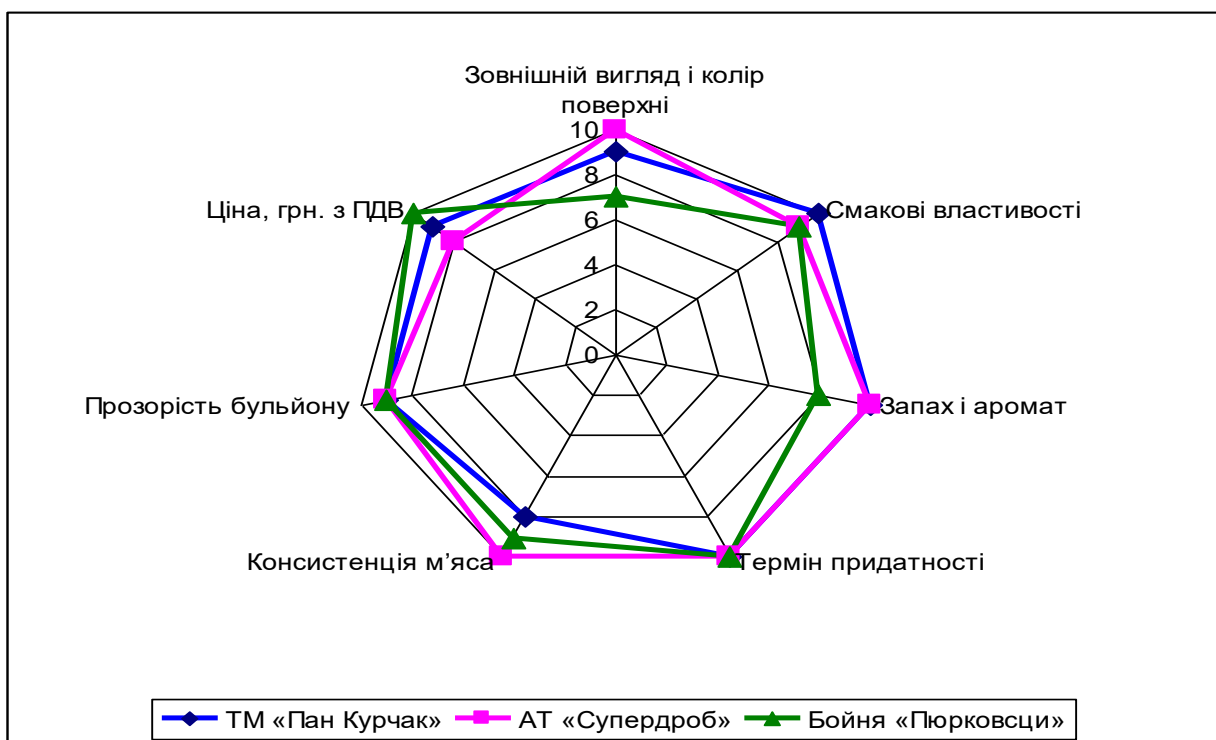


Рис. 2.7. Багатокутник конкурентоспроможності курячого філе на закордонному ринку у 2011 р.

З рис. 2.7. видно, що найвищий рівень конкурентоспроможності спостерігається у продукції АТ “Супердроб”. Конкурентоспроможність продукції Бойня “Пюрко́всци” є значно нижчою ніж продукції ТзОВ “Птахокомплекс “Губин” ТМ “Пан Курчак”. Продукція ТзОВ “Птахокомплекс “Губин” ТМ “Пан Курчак” поступається продукції АТ “Супердроб” за такими характеристиками, як консистенція м’яса та зовнішній вигляд і колір поверхні, однак продукція ТзОВ “Птахокомплекс “Губин” ТМ “Пан Курчак” характеризується нижчою ціною та кращими



смаковими властивостями ніж продукція АТ “Супердроб”.

Підрахунок групового показника за економічними параметрами подано у таблиці 2.16.

Таблиця 2.16

Результати розрахунок результатів групового показника економічних параметрів

Назва показника	ТМ «Пан Курчак»	АТ «Супердроб»	Бойня «Пюрковски»
Повні витрати споживача	38,05	41,90	34,43
Індекс економічних параметрів		1,101	0,905

Розрахувавши усі інтегральні індекси отримаємо узагальнюючий інтегральний індекс конкурентоспроможності (табл. 2.17.).

Таблиця 2.17

Результати розрахунку інтегрального індексу конкурентоспроможності

Назва показника	АТ «Супердроб»	Бойня «Пюрковски»
Інтегральний індекс	0,913	0,972

Проведені розрахунки дають можливість зробити такі висновки: продукція ТЗОВ “Птахокомплекс “Губин” є конкурентоспроможною порівняно з аналогічною продукцією АТ “Супердроб” та Бойня “Пюрковски” (індекс конкурентоспроможності є меншим від одиниці), однак продукція АТ “Супердроб” має кращі якісні характеристики, а за економічними параметрами поступається продукції ТЗОВ “Птахокомплекс “Губин”, отже, можна розглядати можливість цінової конкуренції. ТЗОВ “Птахокомплекс “Губин” варто зосередити увагу також і на покращенні деяких якісних параметрів своєї продукції для отримання ще більших конкурентних переваг на міжнародному ринку м’яса птиці.

Виробники м’яса птиці в Україні мають незначний доступ до ринків ЄС і стикаються з жорсткою конкуренцією з іншими експортерами. Враховуючи, що наближеність до ринків ЄС є природною перевагою українських товаровиробників порівняно з іншими експортерами, дотримання виконання Україною високих якісних стандартів виробництва і поставки якісної продукції

за конкурентоздатними цінами буде забезпечувати вихід України на європейські ринки.

Проаналізуємо, як використовують вітчизняні виробники м'яса птиці свій економічний потенціал у здійсненні зовнішньоекономічної діяльності.

Динаміка експорту-імпорту м'яса в Україні у 2008-2012 рр. наведено в табл. 3.12. Так, загальний обсяг експорту м'яса склав 38,9 тис. т, 49,0 тис. т та 79,8 тис. т у 2009, 2010 та 2011 роках відповідно.

Обсяги експорту м'яса у 2010 р. зросли на 26,0 % (10,1 тис. т), а у 2011 р. - зросли на 64,2 % (30,6 тис. т). Загальний обсяг імпорту м'яса склав 438,7 тис. т, 377,9 тис. т та 246,6 тис. т у 2009, 2010 та 2011 роках відповідно. У 2010 р. обсяги імпорту зменшилися на 13,9 % (60,8 тис. т), а у 2011 р. - зменшилися на 34,7 % (131,3 тис. т) (див. табл. 2.18).

Таким чином за останні роки баланс експорту-імпорту м'ясопродуктів за аналізований період в Україні був негативним, спостерігалось значне перевищення імпорту над експортом, що є небажаним явищем для вітчизняної економіки, оскільки веде до насичення ринку іноземною продукцією, витоку з країни валютних запасів, та підвищення конкуренції на внутрішньодержавному ринку.

Динаміка експорту-імпорту м'яса птиці в Україні у 2008-2012 рр. наведено в табл. 2.19. Так, загальний обсяг експорту м'яса птиці склав 18,9 тис. т, 32,4 тис. т та 49,8 тис. т у 2009, 2010 та 2011 роках відповідно. Вартість експорту м'яса птиці у 2009 р. становила 19521,6 тис. дол. США, у 2010 р. вона зросла на 111,9 % (21845,3 тис. дол. США) і склала 41366,9 тис. дол. США. У 2011 р. вартість експорту м'яса птиці склала 79033,1 тис. дол. США, що на 91,1 % (37666,2 тис. дол. США) більше менше аналогічного показника попереднього року.

Загальний обсяг імпорту м'яса птиці склав 193,2 тис. т, 154,6 тис. т та 61,1 тис. т у 2009, 2010 та 2011 роках відповідно. Вартість імпорту м'яса птиці у 2009 р. становила 209014,6 тис. дол. США, у 2010 р. вона зменшилася на 15,5 % (32387,4 тис. дол. США) і склала 176627,2 тис. дол. США.

Таблиця 2.18

Динаміка зовнішньоекономічної діяльності підприємств-м'ясовиробників в Україна у 2008 – 2012 рр.

Обсяги ЗЕД	Загальний обсяг, тис. т					Абсолютне відхилення, тис. т				Відносне відхилення, %			
	2008 р.	2009 р.	2010 р.	2011 р.	2012 р.	2009 р. від 2008 р.	2010 р. від 2009 р.	2011 р. від 2010 р.	2012 р. від 2011 р.	2009 р. від 2008 р.	2010 р. від 2009 р.	2011 р. від 2010 р.	2012 р. від 2011 р.
1	2	2	3	4	6	7	5	6	10	7	7	8	10
Експорт	37,6	38,9	49,0	79,6	85,9	1,3	10,1	30,6	6,3	3,5	26,0	62,4	7,9
Імпорт	465,3	438,7	377,9	246,6	218,5	-26,6	-60,8	-131,3	-28,1	-5,7	-156,3	-268,0	-11,4
Експортно-імпорфтне сальдо	-427,7	-399,8	-328,9	-167	-132,6	-27,9	70,9	161,9	-34,4	-6,5	182,3	330,4	20,6

\*Примітка: розраховано автором на основі джерела [116].

Таблиця 2.19

Динаміка зовнішньоекономічної діяльності підприємств птахівництва в Україна у 2008-2012 рр.

Обсяги ЗЕД	Загальний обсяг										Абсолютне відхилення								Відносне відхилення, %			
	Кількість, тис. т					Вартість, тис. дол. США					Кількість, тис. т				Вартість, тис. дол. США							
	2008 р.	2009 р.	2010 р.	2011 р.	2012 р.	2008 р.	2009 р.	2010 р.	2011 р.	2012 р.	2009 р. від 2008 р.	2010 р. від 2009 р.	2011 р. від 2010 р.	2012 р. від 2011 р.	2009 р. від 2008 р.	2010 р. від 2009 р.	2011 р. від 2010 р.	2012 р. від 2011 р.	2009 р. від 2008 р.	2010 р. від 2009 р.	2011 р. від 2010 р.	2012 р. від 2011 р.
Експорт	16,7	18,9	32,4	49,8	54,6	17249,2	19521,6	41366,9	79033,1	86650,7	2,2	13,5	17,4	4,8	2272,4	21845,3	37666,2	7617,6	13,2	71,4	53,7	9,6
Імпорт	209,5	193,2	154,6	61,1	49,4	216389,7	209014,6	176627,2	60438,4	78398,3	-16,3	-38,6	-93,5	-11,7	-7375,1	-32387,4	-116188,8	17959,9	-7,8	-204,2	-288,6	-19,1
Експортно-імпорфтне сальдо	-192,8	-174,3	-122,2	-11,3	5,2	-199140,5	-189493	-135260	18594,7	8252,4	18,5	52,1	110,9	16,5	9647,5	54232,7	153855,0	-10342,3	-9,6	275,7	342,3	-54,0

\*Примітка: розраховано автором на основі джерела [116].

У 2011 р. вартість імпорту м'яса птиці склала 60438,4 тис. дол. США, що на 65,8 % (116189 тис. дол. США) менше аналогічного показника попереднього року (див. рис. 2.8).

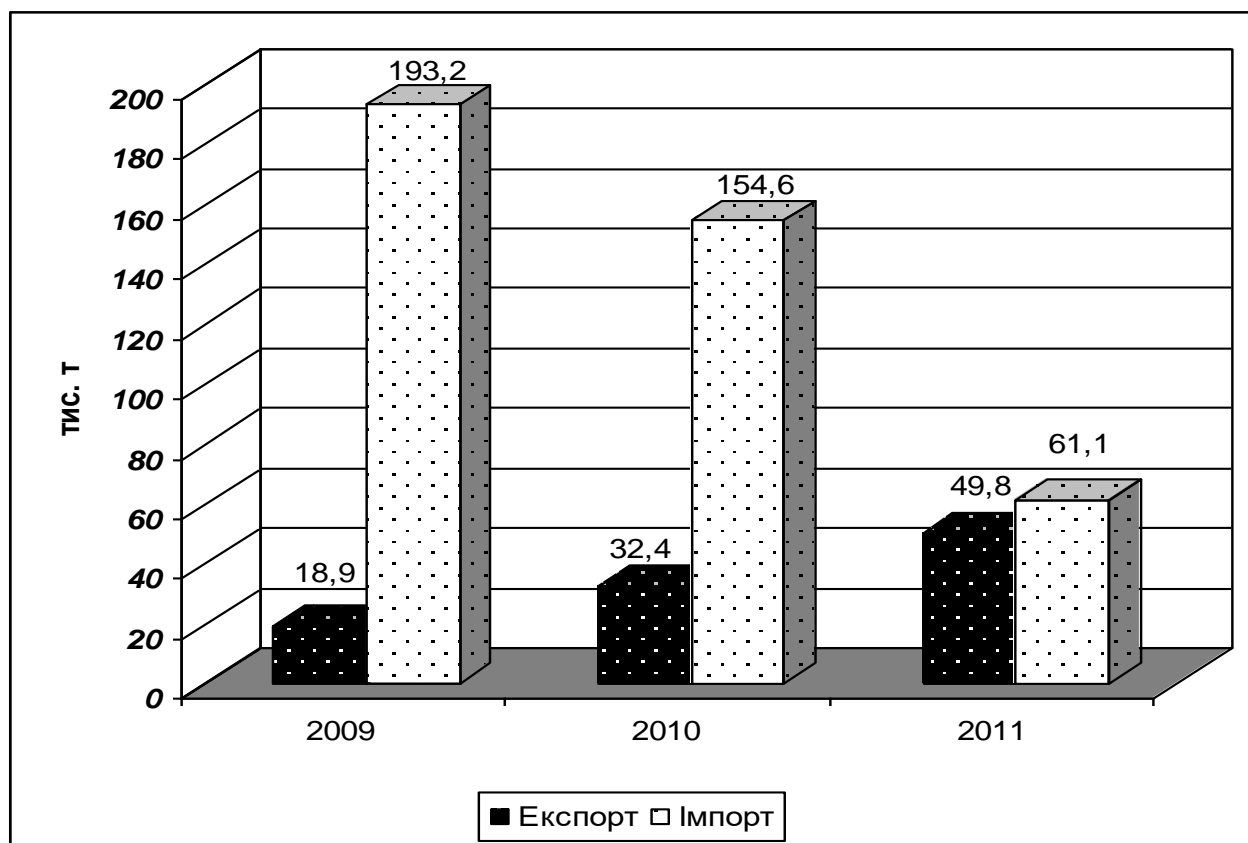


Рис. 2.8. Динаміка зовнішньоекономічної діяльності підприємств птахівництва в Україні у 2010-2012 рр.

Отже, впродовж проаналізованого періоду спостерігається чітка тенденція до зростання експорту (за 2008-2012 рр. експорт збільшився у 2,6 рази) та скорочення імпорту м'яса птиці (темп приросту за 2008-2012 рр. становив - 68,45 %).

Основною причиною такої динаміки проаналізованих показників стало наближення цін на вітчизняну сировину до рівня цін в основних країнах-експортерах. Крім того збільшився світовий попит на вітчизняне м'ясо птиці, що позитивно позначається на рівні експорту даної продукції.

Сальдо зовнішньої торгівлі м'ясом птиці у 2009 р. становило

-189493 тис. дол. США. У 2010 р. сальдо зменшилося на -28,62 тис. дол. США, але було від'ємним і склало -135260 тис. дол. США. Лише у 2011 р. обсяги експорту перевищили обсяги імпорту, сальдо становило 18594,7 тис. дол. США. У 2011 р. темп приросту сальдо зовнішньої торгівлі м'ясом птиці становив 113,75 % у порівнянні з 2010 р.

Значні обсяги імпорту м'яса птиці у 2008-2012 рр. можна пояснити нестачею м'ясної сировини для переробних підприємств, зменшенням імпортного тарифного навантаження після вступу України до СОТ, закупівлею великих обсягів м'яса птиці ДП «Ресурспостач» для Держкомрезерву в цілях цінової стабілізації на внутрішньому ринку. З 2008 р. по 2011 р. найбільшим експортером м'яса птиці до України були США. В рейтингу споживачів курятини із США Україна займала у 2009 р. 4 місце, після Російської Федерації, Китаю та Мексики.

У 2010 р. хоча імпорт м'яса птиці зменшився на 38,6 тис. т, але його показник, ще залишався на достатньо високому рівні. Це пояснюється тим, що курятина - найдешевший з м'ясних продуктів, що особливо важливо в умовах зменшення купівельної спроможності населення, тому імпорт все ж таки мав значні обсяги, але менші ніж у 2009 р. через: а) збільшення власного виробництва; б) труднощі у визначенні необхідних обсягів імпорту у зв'язку із зменшенням попиту через кризові явища у країні.

Зростання експорту за проаналізований період відбулося через збільшення внутрішнього виробництва, технічні можливості експортувати широкий асортимент продукції (від глибокої заморозки до охолодженого м'яса птиці). Географічна структура експорту-імпорту м'яса птиці у 2009-2011 рр. наведені у Додатку М.

Основним зовнішнім ринком збуту м'яса птиці у 2009 р. були країни СНД. Їх частка у експорті становила 61,8 %, в тому числі частка експорту до Казахстану - 56,02 %. Частка експорту м'яса птиці до країн Азії складала 38,19 % (В'єтнам - 25,68 %, Гонконг - 6,85 %, Грузія - 3,14 %), а у країни

Європи - 0,01 %. В основному Україна у 2009 р. імпортувала м'ясо птиці із США (частка у імпорті - 62,45 %) та Європи (частка у імпорті - 36,83 %).

Основним зовнішнім ринком збуту м'яса птиці у 2010 р. були країни СНД. Їх частка у експорті становить 60,82 %, в тому числі частка експорту до Казахстану - 48,66 % та до Молдови - 7,73 %. Частка експорту м'яса птиці до країн Азії складала 39,05 % (В'єтнам - 21,26 %, Грузія - 4,23 %, Китай - 2,95), а у країни Європи - 0,01 %. В основному Україна імпортує м'ясо птиці із США (частка у імпорті - 57,07 %) та Європи (частка у імпорті - 36,83 %) в тому числі з: Німеччини - 8,75 %, Бельгії - 8,41 % та Польщі - 5,91 %.

Основним зовнішнім ринком збуту м'яса птиці у 2011 р. були країни СНД. Їх частка у експорті становить 76,02 %, в тому числі частка експорту до Казахстану - 43,76 %, Молдови - 14,04 %, Киргизстану - 2,68 %. Частка експорту м'яса птиці до країн Азії складала 23,34 % (В'єтнам - 15,16 %, Грузія - 3,06 %), а у країни Європи - 0,01 %. Частка експорту м'яса птиці до Російської федерації у 2011 р. склала 10,65 %. У 2011 р. Україна в основному імпортувала м'ясо птиці із Європи (частка у імпорті - 90,70 %) в тому числі з: Німеччини - 22,59 %, Великої Британії - 17,88 %, Нідерландів - 14,88 %, Польщі - 11,83 %, Бельгії - 6,38 %. Частка США у українському імпорті м'яса птиці у 2011 р. становила 7,96 %.

Впродовж проаналізованого періоду спостерігається кардинальна зміна країн-імпортерів м'яса птиці. Так, у 2009 р. головним імпортером були США (частка у імпорті 62,45 %). У 2010 р. їх частка зменшилася до 57,07 %, а у 2011 р. вона склала лише 7,96 %, тобто зменшилася у 7,2 рази (див. Дод. Н).

У 2011 р. 90,70 % імпортованого м'яса птиці постачалося з країн Європи, що має значно вищу якість, ніж американське.

Проведений аналіз експорту-імпорту м'яса птиці свідчить, вітчизняні підприємства виробники м'яса птиці є конкурентоспроможними як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках. Поступове зменшення частки імпорту та зростання обсягів вітчизняного виробництва веде до повної наповненості українського ринку продукцією власного виробництва. Потреба в

імпортній продукції поступово зменшується.

Баланс м'яса та м'ясних продуктів України у 2008-2012 рр. наведено в табл. 2.20. Так, у 2009 р. фонд споживання м'яса становив 2290 тис. т, в тому числі частка фонду споживання м'яса склала 47 % (1067 тис. т). У 2010 р. фонд споживання м'яса зріс на 4 % (92 тис. т) і склав 2382 тис. т., в тому числі частка фонду споживання м'яса склала 45 % (1064 тис. т).

Таблиця 2.20

Баланс м'яса та м'ясних продуктів України у 2008-2012 рр.

Показники	2008 рік		2009 рік		2010 рік		2011 рік		2012 рік	
	всього	в т. ч. м'ясо птиці	всього	в т. ч. м'ясо птиці	всього	в т. ч. м'ясо птиці	всього	в т. ч. м'ясо птиці	всього	в т. ч. м'ясо птиці
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Виробництво, тис. т	1812	755	1917	894	2059	954	2146	1002	2215	1234
Зміна запасів на кінець року, тис. т	13	4	16	6	-3	8	-5	-1	-8	-3
Імпорт, тис. т	465	156	439	193	378	154	246	61	217	57
Всього ресурсів, тис. т	2213	987	2340	1081	2440	1100	2397	1060	2436	1098
Експорт, тис. т	37	16	40	19	49	32	80	50	86	65
Витрачено на нехарчові цілі, тис. т	9	4	10	5	9	4	5	3	5	2
Фонд споживання, тис. т	2167	967	2290	1067	2382	1064	2312	1007	2345	1031
Фонд споживання у розрахунку на 1 особу, кг	53,6	21,0	49,7	23,2	52,0	23,2	50,7	22,1	51,0	22,4

\*Примітка: сформовано автором на основі джерела [116; 117].

У 2011 р. фонд споживання м'яса становив 2312 тис. т, в тому числі частка фонду споживання м'яса склала 44 % (1007 тис. т).

Вітчизняне тваринництво поступово збільшує рівень забезпеченості України м'ясом. Так у 2009 р. частка імпортованого м'яса у фонді споживання складала 19 %, в 2010 р. - 16 %, а в 2011 р. вже 11 %. В свою чергу, частка

імпортованого м'яса птиці у фонді споживання складала 18 %, в 2010 р. - 14 %, а в 2011 р. вже 6 %.

Рівень споживання м'яса населенням у 2009 р. становив 49,7 кг на одну особу (фізіологічна норма - близько 80 кг на одну особу), в тому числі м'яса птиці 23,2 кг на одну особу. У 2010 р. в середньому один українець за рік споживав уже 52 кг м'яса на одну особу, що на 4,6 % більше аналогічного показника попереднього року, в тому числі м'яса птиці - 23,2 кг на одну особу. У 2011 р. рівень споживання м'яса населенням становив 50,7 кг на одну особу, в тому числі м'яса птиці 22,1 кг на одну особу. Частка споживання м'яса птиці у загальному обсязі споживання м'яса становила 47 %, 45 % та 44 % у 2009-2011 рр. відповідно. Це незначне зниження частки споживання м'яса птиці у загальному обсязі споживання м'яса свідчить зовсім не про те, що українці почали надавати меншу перевагу м'ясу птиці у своєму раціоні, а про те, що вітчизняні сільськогосподарські виробники почали виготовляти конкурентоздатну продукцію на світовому ринку, яка почала користуватися попитом. Це підтверджує зростання експорту м'яса птиці у 2 рази за проаналізований період.

Істотне збільшення обсягів виробництва м'яса птиці можливо лише за умови сприятливого інвестиційного клімату в галузі, що обумовлюється стабільною, прогнозованою державною політикою на підтримку вітчизняного товаровиробника у бюджетній, кредитній, цінній та регулятивній сферах державного управління.

Виробництво м'яса і м'ясопродуктів в 2013 р. в Україні може збільшитися на 5,3 % в порівнянні з 2012 р. - до 2,26 млн. тонн, прогнозує Міністерство аграрної політики і продовольства [117]. Міністерство також зазначає, що ємність внутрішнього ринку м'яса птиці в 2013 р. збільшиться незначною мірою на 3,2 %, до 1,06 млн. тонн (див. табл. 2.21).

Згідно з попередніми даними міністерства, імпорт м'яса в 2013 р. може скоротитися на 11,8 % в порівнянні з 2012 р. - до 217 тис. тонн. У т.ч. очікується, що імпорт м'яса птиці скоротиться на 4,8 %, до 58 тис. тонн.

Міністерство аграрної політики та продовольства України також прогнозує можливе збільшення в 2013 р. експорту м'яса та м'ясопродуктів на



12,5 % - до 90 тис. тонн. Зокрема, експорт м'яса птиці може збільшитися на 24 %, до 62 тис. тонн із врахування встановлених квот.

Таблиця 2.21

Баланс м'яса та м'ясних продуктів України у 2010-2013 рр.

Показники	2010 рік		2012 рік		2013 рік (прогноз)	
	всього	в т. ч. м'ясо птиці	всього	в т. ч. м'ясо птиці	всього	в т. ч. м'ясо птиці
1	2	3	4	5	6	7
Виробництво, тис. т	2059	954	2146	1002	2260	1060
Зміна запасів на кінець року, тис. т	-3	8	-5	-1	0	0
Імпорт, тис. т	378	154	246	61	217	58
Всього ресурсів, тис. т	2440	1100	2397	1060	2477	1116
Експорт, тис. т	49	32	80	50	90	62
Витрачено на нехарчові цілі, тис. т	9	4	5	3	5	3
Фонд споживання, тис. т	2382	1064	2312	1007	2382	1051
Фонд споживання у розрахунку на 1 особу, кг	52,0	23,2	50,7	22,1	52,2	23,1

\*Примітка: Сформовано автором на основі джерел 115, 116, 117

Згідно прогнозованих даних, рівень споживання м'яса населенням у 2013 р. зросте на 1,5 кг і становитиме 52,2 кг на одну особу, в тому числі м'яса птиці 23,1 кг на одну особу. Національною академією аграрних наук України були встановлені такі основні індикатори розвитку птахівництва в Україні на перспективу [117]:

1. Забезпечення виробництва м'яса птиці у 2015 р. - 1267,0 тис. т за оптимістичного прогнозу та 1076,0 тис. т за песимістичного, у 2020 р. - 1424,0 тис. т та 1122,2 тис. м'яса птиці за оптимістичного та песимістичного прогнозів відповідно, проти 1002,0 тис. т - у 2011 р. (табл. 2.22). У 2020 р. темп приросту за оптимістичного прогнозу становитиме 142,1 %, за песимістичного - 112,0 %.

2. Підвищення рівня споживання м'яса птиці однією людиною до 28 кг у 2015 р. та 32 кг у 2020 р., проти 22,1 кг у 2010 р., за раціональної норми 28 кг (див. табл. 2.23).

## Виробництво продукції тваринництва в Україні на перспективу

Продукція	2000 р.	2010 р.	2011 р.	2012 р.	2013 р. очікуваний	2015 р. прогноз		2020 р. прогноз		Темп росту 2020 р. до 2011 р., %	
						оптимістичний	песимістичний	оптимістичний	песимістичний	оптимістичний	песимістичний
М'ясо (забійна маса), тис. т	1663,0	1917,0	2059,0	2146,0	2260,0	3247,0	2333,0	4365,0	2558,9	203,4	119,2
Велика рог. худоба, тис. т	754,3	453,5	428,0	408,0	421,0	663,0	429,0	1392,0	520,0	341,2	127,5
Свині, тис. т	675,9	526,5	631,0	699,0	727,0	1256,0	780,0	1472,0	862,5	210,6	123,4
Птиця, тис. т	193,2	894,2	954,0	1002,0	1060,0	1267,0	1076,0	1424,0	1122,2	142,1	112,0
Баранина, тис. т	38,6	43,2	46,0	49,0	52,0	61,0	48,0	77,0	54,2	157,1	110,6

\*Примітка: джерело [118].

## Рівень споживання м'яса в Україні на перспективу (кг на одну особу)

Продукти	2000 р.	2010 р.	2011 р.	2012 р.	2013 р. очікуваний	2015 р. прогноз		2020 р. прогноз	
						оптимістичний	песимістичний	оптимістичний	песимістичний
М'ясо	32,5	49,7	52,0	50,7	52,2	75,3	56,7	91,0	61,4
В тому числі м'ясо птиці	15,7	23,2	23,2	22,1	23,1	28,0	25,8	32,0	27,1

\*Примітка: джерело [118].

Основними напрямками розвитку птахівництва та підвищення його ефективності мають бути:

1) збільшення чисельності поголів'я курей (особливо м'ясних), гусей, качок та індиків;

2) нарощування потужностей з виробництва м'яса бройлерів, доведення середньодобових приростів живої маси до 35 г і підвищення їх частки у структурі м'яса птиці;

3) повне забезпечення птахівничих господарств повнораціонними збалансованими комбікормами, а також спеціальними комбікормами для молодняку птиці;

4) розширення мережі фірмової торгівлі продуктами птахівництва, насамперед поблизу великих міст, промислових центрів та інших густонаселених пунктів;

5) проведення технічного переозброєння та автоматизації всіх виробничих процесів на птахофабриках;

6) продовження строку використання курей-несучок до 14 місяців проти існуючих 10 місяців;

7) надання допомоги господарствам населення у придбанні поголів'я молодняку птиці, поліпшення організації його вирощування, закупівлі та реалізації вирощеної продукції [108].

Україна має значні можливості для експорту м'яса птиці, обсяги виробництва якого перевищують можливості внутрішнього споживчого ринку.

Згідно з попередніми домовленостями з Європейським Союзом, Україні дозволено безмитно експортувати 20 тис. тонн курячих тушок [115].

Враховуючи минулі тенденції, можна очікувати зростання обсягу експорту м'яса птиці у 2015 році до 193,6 млн. дол. США, а у 2020 р. - до 352,3 млн. дол. США. Стосовно імпорту аграрної продукції, то за таких умов він дорівнюватиме у 2015 році 45,5 млн. дол. США, а у 2020 р. - 25,7 млн. дол. США.

Прогнозування експорту м'яса птиці українськими виробниками наведено

в табл. 2.24.

Отже, дані табл. 2.24. свідчать, що у 2015 р. за оптимістичного прогнозу експорт м'яса птиці зросте у 1,4 рази й становитиме 122 тис. т, а за песимістичного - зросте на 84 % і складе 92 тис. т м'яса птиці. У 2020 р. очікується що експорт становитиме 222 тис. т за оптимістичного прогнозу та 172 тис. т за песимістичного.

Таблиця 2.24

Виробництво м'яса птиці в Україні на перспективу

Продукція	2012 р.	2013 р. очікуваний	2015 р. прогноз		2020 р. прогноз	
			оптимістичний	песимістичний	оптимістичний	песимістичний
1	2	3	4	5	6	7
Рівень споживання м'яса птиці, кг на одну особу	22,1	23,1	28,0	25,8	32,0	27,1
Чисельність населення, млн. чол.	45,7	45,6	45,3	43,3	44,8	39,5
Внутрішній попит, тис. т	1013,0	1056,0	1268,0	1117,0	1433,0	1070,0
Виробництво, тис. т	1002,0	1060,0	1350,0	1160,0	1630,0	1208,0
Імпорт, тис. т	61,0	58,0	40,0	49,0	25,0	34,0
Експорт, тис. т	50,0	62,0	122,0	92,0	222,0	172,0

\*Примітка: сформовано автором на основі джерел 115, 117

На даний момент, експортний потенціал сільського господарства використовується не повністю. Основними факторами, що стримують розкриття експортного потенціалу українського виробництва м'яса птиці, є:

- 1) неповна інтеграція вітчизняного виробництва в світовій ринку на тлі тенденцій політичної та економічної глобалізації;
- 2) нестабільність державної політики експортно-імпортного регулювання, домінування концепції «соціальності низьких внутрішніх цін» над концепцією прибутковості виробництва при стабільності внутрішнього ринку;
- 3) відсутність збалансованої політики стимулювання та підтримки

зовнішньоекономічної активності виробників м'яса птиці.

Метою стратегії розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємств-виробників м'яса птиці є формування ефективної системи експорту м'яса птиці та продуктів його переробки, спроможної забезпечити повний збут цієї продукції та постійне нарощування обсягів постачання продукції на світові ринки. Основними стратегічними цілями розвитку з урахуванням зазначеної мети є: збільшення обсягів експорту м'яса птиці та продуктів її переробки; збільшення виробництва продукції, що імпортується (імпортозаміщення).

## **2.2 Аналізування заходів нетарифного регулювання зовнішньоекономічної діяльності підприємств птахівництва в межах національного та потенційних ринків збуту**

Нетарифне регулювання є потужним індикатором розвитку зовнішньоекономічної діяльності вітчизняних виробників. Проаналізуємо наскільки сучасні нетарифні заходи регулювання спроможні стимулювати чи уповільнювати просування продукції на зовнішні ринки.

Основним заходом регулювання в межах національної економіки є квотування. Щорічно Кабінет Міністрів України приймає постанови, в яких відображено перелік товарів, експорт та імпорт яких підлягає ліцензуванню та квотуванню в поточному році. На виконання цих постанов Міністерства економіки видає наказ, який визначає порядок оформлення та видачі ліцензій у відповідному році та делегує повноваження своїм обласним та міським управлінням [11]. Аналізуючи зовнішньоекономічну діяльність підприємств птахівництва України доцільно розрахувати експортну та імпортну квоти за такими формулами:

1) експортна квота:

$$K_{екс} = \frac{Q_{екс}}{Q_{ВВП}}, \quad (2.9)$$

де  $K_{екс}$  - експортна квота;  $Q_{екс}$  - обсяг експорту в звітному році;  $Q_{ВВП}$  - валовий внутрішній продукт.

2) експортна квота:

$$K_{имп} = \frac{Q_{имп}}{Q_{ВВП}} \quad (2.10)$$

де  $K_{имп}$  - експортна квота;  $Q_{имп}$  - обсяг експорту в звітному році;  $Q_{ВВП}$  - валовий внутрішній продукт [101, 28].

Здійснено розрахунок експортних та імпорتنих квот на м'ясо птиці, а отримані дані зобразимо у вигляді табл. 2.25

Таблиця 2.25

Динаміка експортних та імпорتنих квот України у 2009-2012 рр.

№ п/п	Показник	2009 р.		2010 р.		2011 р.		2012 р. (очікуваний)	
1	Валовий внутрішній продукт, млн. грн.	913345,00		1082569,00		1316600,00		1500000,00	
2	Експорт, млн. грн.	155,20		332,18		626,73		827,92	
3	Імпорт, млн. грн.	1661,67		1418,32		479,28		462,06	
4	Експортна квота, %	0,02	<b>0,06*</b>	0,03	<b>0,043</b>	0,05	<b>0,062</b>	0,06	<b>0,089</b>
5	Імпортна квота, %	0,18	<b>0,19</b>	0,13	<b>0,13</b>	0,04	<b>0,041</b>	0,03	<b>0,029</b>

Примітка: сформовано автором на основі джерел 68 та 92.

Примітка \*: розмір експортної та імпорتنної квоти прийняті кабміном у 2009-2012 рр. Виділені **ж** розраховані дані

Як бачимо обсяг експортної квоти протягом досліджуваного періоду був менший допустимого рівня в середньому на 35 % (67, 30, 19, 23 % у відповідні роки) це на 219,36 млн. грн. зменшило обсяги експорту підприємств птахівництва. Така ситуація пояснюється захистом ціни на м'ясо птиці на національному ринку. Але розмір розрахованого значення імпорتنної квоти та діючих приблизно однаковий.

Обсяг імпорتنної квоти стосовно окремого виду продукції тваринництва не може перевищувати 10 % від обсягу виробництва аналогічної продукції в Україні року, що передує поточному. Щорічні квоти на ввезення імпорتنної продукції тваринництва реалізуються за кошти на аукціонах, які проводяться

Міністерством сільського господарства і продовольства України протягом 60 календарних днів з дня оприлюднення статистичних даних щодо фактичних обсягів вітчизняного виробництва продукції тваринництва та обсягів її споживання у році, що передує поточному.

Країни Митного союзу затвердили перелік товарів, щодо яких з 1 січня 2012 року встановлюються тарифні квоти, а також обсяги тарифних квот для ввезення цих товарів на території держав - членів Митного союзу. Відповідне рішення № 865 від 18 листопада 2011 опубліковано на офіційному сайті Митного союзу. У 2012 році квоти на імпорт м'яса птиці затверджені комісією Митного союзу з такими показниками: 350 тис. тонн (Росія), 15 тис. тонн (Білорусь), 110 тис. тонн (Казахстан).

У свою чергу російська влада активізували заходи щодо захисту вітчизняного виробництва і в 2012 році помітно скоротили тарифні квоти на імпорт курячого і свинячого м'яса. Квота на постачання м'яса курей до Росії на 2012 р. затверджена в обсязі 330 000 тонн для всіх країн, на імпорт замороженого курячого фаршу - 70 000 тонн (з яких 56 000 тонн відводяться ЄС і 14 000 тонн - іншим країнам), замороженого фаршу індички - 10 000 тонн для всіх країн. У 2011 р. обсяг квоти на імпорт м'яса птиці склав 350 000 тонн, при цьому фарш в окрему позицію не виділявся, а у 2010 та 2009 рр. квота становила 700 тис. т та 950 тис. т відповідно.

У Білорусі порядок розподілу тарифних квот на ввезення м'яса в 2012 році буде незмінним, відповідне рішення міститься в постанові Ради Міністрів Білорусі від 10 січня 2012 № 28. Зокрема, з 1 січня по 1 серпня 2012 100 % тарифних квот на ввезення до Білорусі яловичини, свинини і свинячого тримінгу, м'яса та харчових субпродуктів свійської птиці розподіляються пропорційно заявленим обсягам між юридичними особами та індивідуальними підприємцями, що заявили про потребу у використанні тарифних квот для власного виробництва [117].

Обсяг споживання м'яса птиці на ринку ЄС у 2011 р. склав 8717 тис. т, з них 19 тис. т м'яса птиці імпортного походження. За оцінками експертів,

протягом 2013-2014 рр. для задоволення внутрішнього попиту ЄС буде імпортувати 29 тис тонн м'яса птиці, що встановлює верхню межу для формування позиції української сторони в переговорах [52, 63-64].

Між Україною та ЄС були досягнуті домовленості щодо імпорту до ЄС м'яса птиці. З першого року дії зони вільної торгівлі Україна зможе вивозити 20 тис. т заморожених тушок курей і 16 тис. т обробленої продукції. За 5 років обсяг останньої квоти буде доведено до 20 тис. т, щороку збільшуючись на 1 тис. т [66].

Постановою КМУ від 22.12.2010 р. затверджено перелік товарів, експорт та імпорт яких підлягає ліцензуванню та квот на 2011 рік [115]. Слід зазначити, що пунктом б ст. 14.1.1 Закону України “Про державну підтримку сільського господарства України” вважаються недійсними і не підлягають виконанню рішення Кабінету Міністрів щодо введення будь-яких адміністративних, кількісних або якісних обмежень на безперешкодне та вільне переміщення с/г продукції по всій території України та на експорт, за винятком, прямо зазначених Законом. Саме до таких винятків відноситься частина досліджуваної продукції.

Значна увага приділяється гармонізації технічних стандартів якості продукції птахівництва згідно з Державною програмою стандартизації на 2006-2010 рр. Станом на 1 січня 2010 року постановами Кабінету Міністрів України прийнято 30 регламентів, адаптованих до європейських директив. Зокрема, це стосується охорони життя та безпеки здоров'я людини та довкілля. У період з 2010 до 2012 року впроваджено понад 25 технічних регламентів, що дала змогу перейти від Переліку продукції, що підлягає обов'язковій сертифікації в Україні, до застосування визнаних в ЄС та на міжнародному рівні процедур оцінки відповідності.

В Україні є чинними більше 2600 сертифікатів виданих вітчизняними підприємствам на системи управління якістю відповідно до вимог стандартів серії ISO 9001 (в т. ч. 1388 в УкрСЕПРО), 135 сертифікатів на системи екологічного управління стандартів серії ISO 14001 (в т. ч. 69 в УкрСЕПРО),



152 сертифікати на систему управління безпечністю харчових продуктів відповідно до вимог стандартів серії ISO 22000 та HACCP [103, 20].

Сільськогосподарська продукція, яка ввозиться на митну територію України, підлягає санітарно-епідеміологічному, радіологічному, а в разі ввезення об'єктів державного ветеринарно-санітарного контролю та нагляду – товарів 11, 5, 7, 10, 12, 14, 16, 19, 21, 23 груп Української класифікації товарів ЗЕД (УКТ ЗЕД)– ветеринарному контролю. При цьому іноземні сертифікати беруться до уваги виключно у випадках, коли взаємне визнання таких сертифікатів передбачено нормами відповідних міжнародних договорів. Порядок ввезення в Україну.

Продукти, призначені для продажу населенню, що підпадають під визначення 2 – 21 груп УКТ, можуть бути випущені з-під митного контролю на територію України з країн, вільних від карантину, за умови наявності на тарі (коробках, упаковках, розфасовках), а у випадках, визначених КМУ, безпосередньо на продукті, відомостей про назву продукту, масу, склад, харчових добавок, консервантів, барвників тощо, вмісту хімічних речовин або сполук, а також сертифіката походження таких продуктів. Зазначені відомості мають бути виконані українською мовою, за винятком торгової марки, логотипу компанії чи її назви або власної назви продукту, що можуть виконуватись іноземними мовами.

Метою створення поглибленої зони вільної торгівлі між Україною та ЄС є формування спільного економічного простору. Перевагою євроінтеграції в економічній сфері є поступове досягнення європейських стандартів життя, забезпечення макроекономічної стабільності економіки, створення належних умов для вільного пересування товарів, послуг, капіталу та робочої сили в рамках спільного ринку ЄС. Крім того, інтеграція України до економічного простору ЄС є важливим чинником, що повинен спонукати до підвищення конкурентоспроможності як окремих галузей, так і економіки країни в цілому.

Характерною особливістю у сфері сільського господарства є несиметричність відносин між потенційними партнерами угоди щодо зони вільної торгівлі.

По-перше, має місце значне перевищення масштабів виробництва та торгівлі країн ЄС над обсягами виробництва та торгівлі сільськогосподарською продукцією України. ЄС є провідним експортером та провідним імпортером у торгівлі сільськогосподарською продукцією у світі. Частка країн ЄС у світовому експорті сільськогосподарських товарів склала 42 % а у світовому імпорті - 44 % у 2009 р. Вартість експорту сільськогосподарських товарів України була у 2009 році у 50 разів нижчою, ніж вартість сільськогосподарського експорту ЄС.

По-друге, високий рівень підтримки галузі, який існує в ЄС, з одного боку, та низький рівень підтримки сільського господарства України, з іншого боку, зумовлюють підвищені ризики зони вільної торгівлі саме для сільського господарства України.

По-третє, існує несиметричність у торговельних режимах, зокрема, у рівнях тарифного захисту сільського господарства. Середній зв'язаний тариф (термін «зв'язаний тариф» означає, що країна зобов'язалася не піднімати ставки на конкретні товари вище певного «зв'язаного» рівня) на продукти сільського господарства складає в ЄС 13,5 %, на той час як Україна при вступі до СОТ зобов'язалася «зв'язати» тарифи на продукцію сільського господарства на рівні 11,1 % [41, 23]. Середні «зв'язані» митні тарифи, середні та максимальні рівні митних тарифів на продукти сільського господарства України та ЄС представлені в таблиці 2.26.

Таблиця 2.26

Тарифний захист ринку сільськогосподарської продукції в Україні та ЄС

Товарна група	Україна			ЄС		
	Середній зв'язаний тариф, %	Середній тариф 2009р., %	Максимальний тариф 2009р., %	Середній зв'язаний тариф, %	Середній тариф 2009р., %	Максимальний тариф 2009р., %
М'ясо і м'ясопродукти	13,0	11,0	20	24,1	23,2	162
Продукти сільського господарства	11	9,7	-	13,5	13,5	-

\*Примітка: джерело [116].

Як видно із табл. 2.26, середній тариф в ЄС на живі тварини, м'ясо та м'ясопродукти у 2010 р. становив 23,2 %, на той час як в Україні - лише 11,0 %. Максимальний тариф в ЄС на живі тварини, м'ясо та м'ясопродукти у 2010 р. становив 162,2 %, на той час як в Україні – лише 20,0 %. Таким чином, рівень тарифного захисту в ЄС є значно вищим ніж в Україні. Зокрема, це стосується технічних бар'єрів у торгівлі, встановлених ЄС, що регулюють процедури пакування, маркування, методи переробки та виробництва і характеристики кінцевого продукту. Аналіз матеріалів засідань Комітету технічних бар'єрів у торгівлі СОТ [134] щодо запитів членів СОТ, які стосувалися технічних бар'єрів у торгівлі сільськогосподарськими товарами, показав, що 25 % всіх запитів стосувалися технічних бар'єрів, встановлених ЄС.

Рівень захисту ринку ЄС санітарними та фітосанітарними заходами контролю є одним із найвищих у світі і значно вищим, ніж в Україні. Діяльність щодо безпечності продовольства охоплює весь продовольчий ланцюжок від здоров'я рослин та тварин до маркування харчових продуктів та благополуччя тварин.

Продовольчі товари тваринного походження дозволяється ввозити в ЄС тільки тоді, коли вони походять із схвалених установ у вибраних (включених до списку) країнах-експортерах. Імпорт м'яса тварин, при відгодівлі яких використовувалися гормони росту, м'яса механічної обробки та використання спеціальних матеріалів для зменшення ризику трансмісійних губчастих енцефалопатій заборонено. Заборонено також використання антимікробних препаратів для продукції тваринного походження. Оскільки в Україні не було заборонено використання антибіотиків і гормонів росту при відгодівлі худоби до вступу у СОТ, з часу вступу було дозволено імпорт м'яса і м'ясопродуктів, при виробництві яких використовувалися гормони росту. М'ясо механічної обвалки, що складається з м'ясокісткових залишків, ввозиться в Україну і використовується, як дешева неякісна сировина для м'ясопереробної промисловості [134].

Україна при вступі до СОТ взяла на себе зобов'язання не застосовувати

експортні субсидії на сільськогосподарські товари та не має права їх використовувати при створенні зони вільної торгівлі, тоді як Європейський Союз систематично застосовує інструмент субсидіювання експорту на такі товари, як ВРХ (25,90 євро/100кг живої ваги), свійську птицю (0,24-0,47 євро/100 голів), молоко та молочні продукти (тимчасово не застосовуються експортні субсидії), м'ясо птиці (40,00 євро/100кг), м'ясо ВРХ (16,30-84,70 євро/100кг), яйця (0,2-0,39 євро/100 шт.), м'ясні субпродукти із свинини (54,20 євро/100кг) та ковбаси (15,20-29,00 євро/100кг), але виходячи з ситуації на ринку цей перелік може бути поширений і на інші товари.

За будь-яких умов, визначених в ході переговорів, слабший партнер завжди ризикує більше, ніж сильніший. Проте, навіть ЄС захищає своє сільське господарство в угодах щодо зони вільної торгівлі з іншими країнами та групами країн. Усі зони вільної торгівлі, створені між ЄС та іншими країнами і групами країн, мають вилучення, які стосуються саме сільського господарства. Вітчизняні виробники об'єктивно не можуть витримати тиск більш розвинутого сільського господарства, яке до того ж субсидується на вищому рівні [35].

Найбільші застереження у зв'язку із створенням зони вільної торгівлі виникають щодо товарів м'ясної групи (м'ясо та продукти його переробки), які виявилися найбільш чутливими до зниження митних тарифів та рівня нетарифного захисту після вступу України до СОТ, тобто обсяги імпорту яких з країн ЄС суттєво зросли в результаті лібералізації торговельних режимів. З ринком м'яса і м'ясних субпродуктів пов'язані основні ризики зони вільної торгівлі з огляду на: чутливість до зниження митних тарифів; невідповідність стандартам ЄС та нестачу коштів на гармонізацію стандартів [41].

Тобто, на м'ясних ринках України та ЄС існує значна несиметричність у обсягах державної підтримки галузі, рівні тарифного захисту, зокрема, застосування в ЄС тарифних квот на більшість видів м'яса і м'ясопродуктів, рівні нетарифного захисту.

Наші розрахунки показали, що хоча після девальвації гривні в умовах фінансової кризи курятина національного виробництва отримала конкурентні

переваги перед імпортованою з ЄС, проте наявність експортних субсидій в ЄС не дає змоги їх реалізувати. У разі ж відміни експортних субсидій національний виробник зможе реалізувати свої конкурентні переваги на цьому ринку. Проте за умови нульової ставки ввізного мита та відміни експортних субсидій національний виробник програє цінову конкуренцію (експортні субсидії були встановлені на рівні 32,5 € на 100 кг 23 вересня 2010 року). Українська сторона не наполягає на відмові ЄС від субсидування експорту м'яса птиці в Україну, сподіваючись на позитивний результат у цьому відношенні. Отже, незначна за обсягом квота на імпорт м'яса птиці з ЄС з нульовим тарифом (до 1 тис. т щорічно) влаштує українських виробників, хоча існують застереження щодо зловживань при її адмініструванні. Якщо ж квота буде встановлена на вищому рівні, то це призведе до зростання загальних обсягів імпорту м'яса птиці на величину, що відповідатиме обсягу квоти, і є неприйнятним для галузі птахівництва, що інтенсивно розвивається.

Одним із основних етапів стратегічного планування розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємств птахівництва є оцінка умов зовнішнього середовища, завданням якого, полягатимуть в аналізі умов господарювання на зовнішніх ринках збуту з метою виділення найбільш оптимальних.

Більшість методик оцінювання потенційних ринків збуту мають на меті визначити найоптимальніші стратегічні зони господарювання на конкретному ринку. Завдання цього дисертаційного дослідження – оцінити ті ринки збуту на яких рівень впливу нетарифних заходів регулювання на ціну мінімальний, що у свою чергу підтверджує високу ймовірність збуту продукції. Анулювання значної частки нетарифних заходів регулювання у ціні можливе лише за умови достатнього обсягу збуту продукції.

Кожен ринок має свій потенціал, тобто, верхню межу попиту в певний проміжок часу. Для оцінки потенціалу ринку застосовують спеціальні прийоми розрахунку його місткості за структурними характеристиками; індексом дослідної панелі; рівнем інтенсивності споживання товару; сумою первинного,

повторного і додаткового продажів; методом ланцюгових відношень [68, 138].

Визначення місткості ринку за його структурними характеристиками передбачає врахування загального обсягу виробництва продукції, її експорту, державного і недержавного імпорту, залишки продукції на складах, а також зміни державних запасів на цей же період.

Визначення місткості ринку за індексом дослідної панелі не придатне у межах нашого дисертаційного дослідження, за відсутності доступу до такої інформації, оскільки воно передбачає проведення багаторазових опитувань у межах “панелі”, у якості якої найчастіше виступають групи продавців конкретних мереж магазинів. Крім перерахованих прийомів, часто використовують прогнозування попиту, що також базується на регулярному опитуванні.

Будь-який потенційний ринок збуту зокрема є частиною зовнішнього середовища суб'єкта господарювання. Аналіз зовнішнього середовища є частиною стратегії розвитку будь-якого підприємства. Характеристика стану макросередовища здійснюється у розрізі таких компонент: демографічна, економічна, природна, технологічна, політико-правова, соціально-культурна. Ми виділили найважливіші чинники кожної з компонент, врахування яких забезпечить досягнення виконання поставленого завдання.

Ми пропонуємо виділити потенційні ринки збуту, використовуючи метод індикаторів купівельної спроможності, що передбачає визначення привабливості ринку за середньозваженим значенням його трьох компонент: кількістю споживачів, їх купівельною спроможністю та їх готовністю до витрат. Це у свою чергу зводить дослідження у площину двох компонент аналізу зовнішнього середовища, оскільки кількість споживачів є фактором демографічної складової, а купівельна спроможність населення та їх готовністю до витрат – економічної відповідно.

Політико-правова – проявлятиметься саме у визначенні кількості цінових та нецінових нетарифних заходів регулювання, які на цьому етапі не можуть бути оцінені кількісно, оскільки є якісними показниками. Природна компонента

характеристики країни потенційного ринку збуту полягатиме у забезпеченості країни кормами птиці. Соціально-культурні фактори становлять особливості пануючих у суспільстві традицій та вірувань. Ми вважатимемо, що ці чинники мають однаковий вплив на обсяг продукції птахівництва на всіх ринках приблизно однаковий, оскільки на одних, попит забезпечуватиметься у зв'язку з бажанням споживати низькокалорійний дешевий білок, що міститься у м'ясі курятини, а на інших необхідність споживання саме м'яса птиці з релігійних переконань. Тому ці чинники ми враховувати не будемо. Методика представлена у таблиці 2.27.

Таблиця 2.27

Методика визначення потенційних ринків збуту

№ п/п	Етапи визначення потенційних ринків збуту	Позначення індикатора потенціалу	Формула для розрахунку	Джерело отримання інформації
1	2	3	4	5
1.	Визначення місткості ринку	$M_p$	$M_p = B_m - (E_o + E_{no}) +$ $+ (I_o + I_{no}) + (Z_o^n - Z_o^k) +$ $+ (Z_o^n - Z_o^k)$ <p>де <math>B_m</math> - обсяг виробництва певного товару в країні; <math>E_o, E_{no}</math> - експорт товару відповідно державними та недержавними організаціями; <math>I_o, I_{no}</math> - імпорт товарів відповідно державними та недержавними організаціями; <math>Z_o^n, Z_o^k</math> - залишки товару на складах виробничих і торгівельних організацій відповідно на початок і кінець звітного періоду; <math>Z_o^n, Z_o^k</math> - залишки державних запасів відповідно на початок і кінець звітного періоду</p>	Comtrade
2.	Оцінка індикаторів купівельної спроможності	2.1 Кількість споживачів на ринку 2.2 ВВП на душу населення в рік	-	Comtrade

Продовження таблиці 2.27

1	2	3	4	5
3.	Показник стабільності зовнішнього ринку*	-	-	Журнал "Euromoney"
4.	Визначення частки мита у вартості продукції	-	-	Comtrade
5.	Забезпечення кормами для розвитку птахівництва	-	-	Comtrade
6.	Кількість нетарифних заходів регулювання	-	-	Globally Harmonised System of Classification and Labeling of Chemicals

Примітка\* Показник стабільності зовнішнього ринку визначається на основі прогнозів розвитку економіки країн на наступні роки. Максимально можлива сума балів – 25.

У процесі аналізу нетарифних заходів регулювання на досліджуваних ринках збуту до уваги брали імпорт продукції, що є об'єктом дисертаційного дослідження. Ця продукція підпадає під визначення першої та другої груп Української класифікації товарів зовнішньої торгівлі – УКД, ЗЕД товарна група 01: товар 01.05 "Свійська птиця: кури, качки, гуси, індики та цесарки живі"; товар 02.07 "М'ясо та їстівні субпродукти свійської птиці зазначені в товарній позиції 01.05, свіжі, охолоджені або морожені") (див. дод С та табл. 2.28).

З метою встановлення найбільш перспективних ринків збуту продукції птахівництва здійснимо ранжування країн за перерахованими у таблиці 2.27 ознаками. Нехай наша сукупність (досліджувані ринки збуту) складається з  $n=20$  одиниць, кожна з яких описується  $m=9$  ознаками,  $x_{i,j}$  - значення  $j$ -ї ознаки для  $i$ -ї одиниці сукупності. Вважатимемо, що всі ознаки матимуть однакову вагомість. Визначимо інтегральну оцінку кожної одиниці сукупності за всіма ознаками.



Таблиця 2.28

## Матриця аналізування присутності нетарифних заходів регулювання на досліджуваних ринках збуту

№ п/п	Потенційна країна збуту	Цінові нетарифні заходи регулювання		Нецінові нетарифні заходи регулювання		
		Ліцензування* Сертифікація	Маркування товару	Квотування експорту + імпорту -	Вимоги до стандартів якості	Експортні субсидії
1.	Естонія	0,2 **	0,2	+/- 0,2	0,2	0,2
2.	Латвія	0,2	0,2	0,2	0,2	-
3.	Литва	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2
4.	Білорусь	0,2	-	- 0,2	-	-
5.	Молдова	0,2	-	0,2	-	-
6.	Польща	0,2	0,2	+/- 0,2	0,2	0,2
7.	Словенія	0,2	0,2	+/- 0,2	0,2	-
8.	Румунія	0,2	0,2	0,2	-	-
9.	Німеччина	0,2	0,2	+/- 0,2	0,2	0,2
10.	Туреччина	0,2	0,2	-	0,2	-
11.	Греція	0,2	0,2	-	0,2	-
12.	Італія	0,2	0,2	- 0,2	0,2	-
13.	Киргистан	0,2	-	-	-	-
14.	Казахстан	0,2	0,2	-	-	0,2
15.	Російська Федерація	0,2	0,2	+/- 0,2	0,2	0,2
16.	Хашимітське Королівство Йорданія	0,2	0,2	-	-	-
17.	Ізраїль	0,2	-	-	-	-
18.	ОАЕ	0,2	0,2	-	-	-
19.	Грузія	0,2	0,2	-	-	0,2
20.	Вірменія	0,2	-	-	-	-

Примітка: розроблено автором

\* До категорії ліцензування підпадають декілька нетарифних заходів регулювання, що вимагають окремої процедури ліцензування. Наприклад, у країнах Євросоюзу це – дозвіл щодо захисту життя та здоров'я людей, отриманні дозволу на ввезення товару для гарантії безпеки національних інтересів. Комплексним також є захід сертифікації, що включає в себе – вимоги до конкретних характеристик товару для захисту здоров'я тварин (цей захід є необхідною процедурою у процесі сертифікації і стосується процесу забою птиці); вимоги до конкретних характеристик товару для захисту навколишнього середовища (цей захід є необхідною процедурою у процесі сертифікації); вимоги до конкретних характеристик товару для гарантії безпеки людини (цей захід є необхідною процедурою у процесі сертифікації). Більш ширше пояснення подається автором безпосередньо на етапі оцінювання цих нетарифних заходів регулювання у § 2.3.

\*\* Якщо присутні на ринку усі методи регулювання то присвоюємо оцінку 1, тоді кожному конкретному заходу регулювання – 0, 2 (0,2\*5=1).

\*\*\* (-) у категорії вимоги до стандартів якості означає, вони такі ж або приблизно однакові як і в Україні.

Ознаки мають різні одиниці вимірювання, тому з метою адитивного агрегування ми їх приведемо до однієї основи, тобто стандартизуємо – замінимо вектор первинних значень ознак  $i$ -ї одиниці сукупності  $x_i = (x_{i,1}, x_{i,2}, \dots, x_{i,m})$  замінюємо на вектор стандартизованих значень  $z_i = (z_{i,1}, z_{i,2}, \dots, z_{i,m})$  [49, 20]. Зіставлення будемо здійснювати з середнім значенням. Вихідні стандартизовані дані наведені у таблиці 2.29.

Інтегральну оцінку для ознак з однаковою вагомістю визначають за такою формулою:

$$Q_i = \frac{1}{m} \sum_{j=1}^m z_{i,j}, \quad i = \overline{1, n}, \quad (2.11)$$

де  $Q_i$  - інтегральна оцінка потенційного ринку збуту,  $z_{i,j}$  - вектор стандартизованих значень  $i$ -х одиниць сукупності  $i = \overline{1, n}$  для  $j$ -ї ознаки  $j = \overline{1, m}$ ,  $m$  – кількість ознак.

Очевидно, що при  $Q_i > 1$  рівень розвитку (інтенсивності) явища для  $i$ -го ринку перевищує середній, тому саме такий ринок можемо вважати потенційним (див. табл. 2.30).

Таблиця 2.30

Інтегральна оцінка потенційних ринків збуту

№ п/п	Потенційна країна збуту	Інтегральна оцінка потенційного ринку збуту, $Q_i$
1.	Естонія	0,687
2.	Латвія	0,689
3.	Литва	0,522
4.	Білорусь	0,682
5.	Молдова	0,957
6.	Польща	1,740
7.	Словенія	0,744
8.	Румунія	0,541
9.	Німеччина	0,823
10.	Туреччина	1,690
11.	Греція	0,779
12.	Італія	0,451
13.	Киргистан	0,574
14.	Казахстан	0,950
15.	Російська Федерація	4,099
16.	Хашимітське Королівство Йорданія	0,643
17.	Ізраїль	0,957
18.	ОАЕ	0,947
19.	Грузія	0,493
20.	Вірменія	0,721

Примітка: розраховано автором

Таблиця 2.29

## Стандартизовані дані для оцінки потенційних ринків збуту

№ п/ п	Країна	Місткість ринку, тис. дол. США $z_1$			Кількість споживачів $z_2$	ВВП на душу населення країни потенційно -го ринку збуту $z_3$	Показник стабільності і зовнішнього о ринку $z_4$	Встановле- ний тариф на ввезення товару $n$ в країну $i$ $z_5$	Забезпечен- ня кормами для розвитку птахівниц- тва $z_6$	Нетарифні заходи регулюван ня на потенційни х ринках збуту $z_7$
		Дані для розрахунку місткості ринку								
		Обсяг виробництва м'яса птиці $z_{11}$	Експорт м'яса птиці державними та недержавними установами $z_{12}$	Імпорт м'яса птиці державними та недержавними установами $z_{13}$						
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
1.	Естонія	0,156	0,076	0,509	0,078	1,092	1,070	0,885	0,844	1,481
2.	Латвія	0,250	0,061	0,671	0,120	0,831	1,123	0,885	0,782	1,481
3.	Литва	0,371	0,091	0,590	1,876	0,866	0,963	0,885	0,802	1,852
4.	Білорусь	0,534	0,160	0,406	0,547	1,320	0,588	1,308	1,276	0
5.	Молдова	0,311	0,076	0,531	0,206	0,131	0,535	1,000	1,481	0,741
6.	Польща	1,721	2,699	3,139	2,194	0,894	1,176	0,885	1,440	1,481
7.	Словенія	0,201	0,098	0,095	0,119	1,636	1,230	0,885	1,317	1,111
8.	Румунія	0,740	1,181	0,651	1,101	0,590	1,070	0,885	1,687	1,111
9.	Німеччина	2,640	2,369	0,443	4,732	2,920	1,230	0,885	1,502	1,481
10.	Туреччина	2,885	3,328	0,169	4,081	0,706	1,123	0,923	0,885	1,111
11.	Греція	0,278	0,015	0,392	0,654	1,748	0,963	0,885	0,926	1,111
12.	Італія	2,334	1,218	0,067	3,519	2,405	1,070	0,885	0,823	0,741
13.	Киргистан	0,027	0	1,326	0,275	0,073	0,856	1,192	1,049	0,370
14.	Казахстан	0,125	0	1,240	0,978	0,764	1,016	1,308	1,111	1,111

Продовження таблиці 2.29

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
15.	Російська Федерація	6,015	7,261	9,273	8,270	0,866	1,070	1,5	1,152	1,481
16.	Хашимітське Королівство Йорданія	0,341	0,086	0	0,376	0,301	0,963	2,542	0,432	0,741
17.	Ізраїль	0,381	0,163	0,229	0,452	2,140	0,909	1,231	0,041	0,370
18.	ОАЕ	0,404	0,149	0,177	0,277	2,860	1,123	1,542	0,350	0,741
19.	Грузія	0,105	0,696	0	0,254	0,215	1,016	0,154	0,885	1,111
20.	Вірменія	0,183	2,718	0,092	1,178	0,215	0,909	0	0,823	0,370
Середнє значення $\bar{x}_i$		163098,97	66239,885	38448,569	17295859,6	15020	18,7	2,6	48,6	0,54

Можна зробити висновок, що найбільш потенційними ринками збуту для вітчизняних підприємств птахівництва є такі країни, як: Молдова, Польща, Туреччина, Російська Федерація, Казахстан, Ізраїль, ОАЕ (у групу потрапили країни у яких значення інтегральної оцінки більше 1 або дорівнює 1 при заокругленні).

Оцінка нетарифних заходів регулювання саме на цих ринках, дозволить підприємствам птахівництва сформувавши реальні стратегічні цілі, що сприятимуть розвитку зовнішньоекономічної діяльності.

### **2.3 Методика оцінки впливу нетарифних заходів регулювання потенційних ринків збуту на ціну експорту вітчизняної продукції птахівництва**

З метою прогнозування обсягу експорту продукції на зовнішні ринки у процесі стратегічного планування розвитку зовнішньоекономічної діяльності необхідно оцінити ймовірність збуту продукції на кожному конкретному ринку збуту. Через високий рівень невизначеності умов зовнішнього середовища доцільно проаналізувати вплив усіх його факторів. Нетарифні заходи регулювання мають різний механізм впровадження і дії, тому їх необхідно оцінювати окремо у розрізі конкретних класифікаційних груп.

Згідно даних ЮНКТАД щодо захисту різних галузей економіки за допомогою нетарифних заходів регулювання, можна зробити висновок, що масштаби використання бар'єрів істотно відрізняються. Крім того спостерігається значна диференціація використання цих заходів за товарними групами (табл. 2.31).

Не дивлячись на те, що найвищий рівень захисту ринків збуту відбувається для продукції металургії – Китай, країни Європейського союзу та США, напрямків виробництва текстилю та одягу – країни ЄС та Японії, рівень захисту продукції сільського господарства є достатньо високим для всіх без

Рівень захисту товарних ринків окремих країн

Товарні позиції	Китай	Японія	Європейський союз	США	Російська Федерація
<b>Сировина</b>	6,46	7,49	1,98	4,69	1,13
Продукція сільського господарства	7,30	7,69	2,30	4,56	0,66
Продукція видобувних галузей	1,51	6,31	0,47	5,44	3,92
<b>Готові вироби</b>	8,00	5,08	10,77	5,23	0,73
Залізо та сталь	44,85	0,48	51,94	42,44	0,00
Хімічні товари	3,90	1,15	4,18	3,35	0,65
Інші напівфабрикати	1,36	0,64	0,86	4,59	1,22
Машини та інші транспортні засоби	14,02	0,05	2,41	5,18	0,00
Текстиль та одяг	2,85	23,06	87,21	1,13	0,00
<b>Інші споживчі товари</b>	5,05	0,68	482	0,92	2,84
<b>Інші товари</b>	0,00	0,00	0,00	0,00	50,00
<b>Всі товари</b>	7,62	5,61	5,79	5,08	0,90

Примітка: джерело [161]

Оцінка національних макропоказників та аналіз фінансово-економічного стану дадуть лише уявлення про економічний потенціал підприємств щодо здійснення ЗЕД, але не про її ефективність. Експорт вітчизняних підприємств необхідно розглядати з точки зору його присутності на зовнішньому ринку, тобто імпорту конкретної країни партнера. Тому з метою оцінки впливу нетарифних заходів регулювання доцільно провести оцінку об'ємів імпорту продукції птахівництва потенційних ринків збуту.

Ми пропонуємо методику оцінки нетарифних заходів регулювання, що міститиме декілька етапів, а саме: дослідження впливу нецінових нетарифних бар'єрів на об'єми імпорту на визначених ринках збуту; побудова та оцінювання економетричної моделі попиту на імпортовані товари, враховуючи вплив нетарифних заходів регулювання зовнішньої торгівлі; оцінка чутливості об'єму імпорту до нетарифних заходів регулювання.

У попередньому параграфі ми визначились, що найпоширенішими на

зовнішніх ринках у категорії нецінові бар'єри є експортні субсидії та імпорتنі квоти, до цінових – ліцензування, необхідність отримання дозволу для гарантії безпеки національних інтересів, сертифікація (технічні вимоги до товару), вимоги до окремих характеристик товару щодо захисту здоров'я людини, вимоги до окремих характеристик товару щодо гарантії безпеки людини, вимоги до маркування товару.

Розглянемо спочатку, як впливають нецінові нетарифні бар'єри на об'єм експорту вітчизняної продукції птахівництва. Оскільки у цій частині дослідження беруться до уваги іноземні потенційні ринки то експортні субсидії, які надають уряди відповідних країн своїм експортерам впливатимуть на об'єми імпорту кожної окремої країни опосередковано, оскільки обсяг імпорту залежатиме безпосередньо від місткості ринку та попиту на цьому ринку на відповідного роду продукцію. Основним завданням вітчизняних підприємств експортерів на ринку, де присутні інші іноземні продавці, у такому випадку сформуванню конкурентоспроможну ціну, яка не перевищуватиме існуючу. Варто зазначити, що експортні субсидії міняють конкурентну рівновагу на ринку.

Як і тарифи, субсидії можуть бути специфічними, тобто являти собою фіксовану величину, що припадає на одиницю товару чи адвалерними – нараховуватись у процентах від вартості експорту [164].

Наслідки встановлення експортної субсидії будуть залежати від того, використовується вона у великій чи малій країні. Розглянемо ефекти від експортних субсидій в умовах досконалої конкуренції. До ринків з такими умовами можна віднести ринки країн Європейського Союзу. У малій країні за світової ціни  $p^*$  і в умовах вільної торгівлі, внутрішній попит встановлюється на рівні  $c_0$ , пропозиція – на рівні  $y_0$ , об'єм експорту становитиме  $x_0 = y_0 - c_0$  (див. рис. 2.9, лівий графік). На правому графіку відображено зовнішній ринок: об'єм експорту дорівнюватиме різниці між пропозицією та попитом на товар на внутрішньому ринку, і при фіксованій світовій ціні  $p^*$  спостерігатиметься горизонтальний попит зі сторони іншого світу (2.12).

$$X = S - D \quad (2.12)$$

де  $X$  – обсяг експорту,  $S$  – обсяг пропозиції,  $D$  – обсяг попиту.

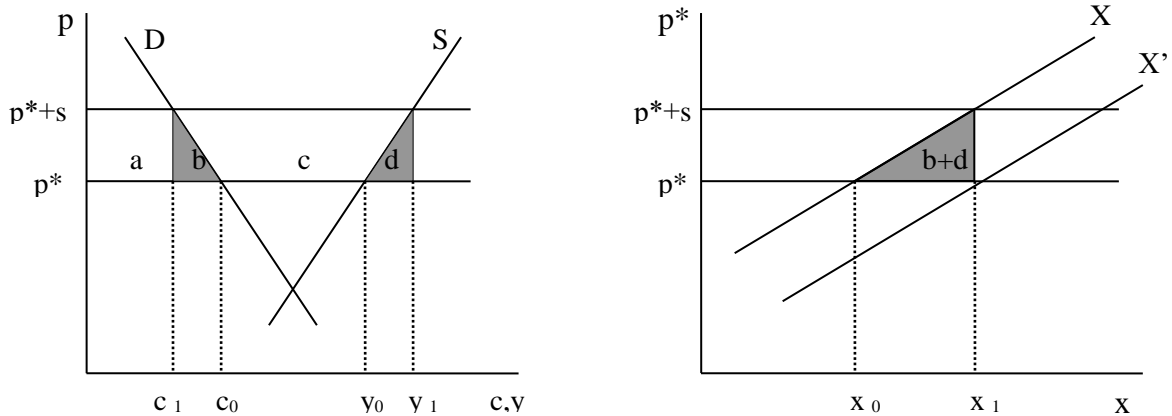


Рис. 2.9 Вплив експортної субсидії у випадку малої країни

Примітка: джерело [59]

Припустимо, що уряд країни конкурента встановив специфічні експортні субсидії для своїх підприємств у розмірі  $s$ . Таким чином, підприємства імпортери тої країни отримуватимуть  $p^* + s$  за одиницю експортованого товару. При цьому підприємство на вітчизняному ринку не продаватиме продукцію власного виробництва за нижчою ціною, тобто внутрішня ціна також виросте на величину  $s$ . При цьому внутрішній попит знизиться до  $c_1$ , а пропозиція зросте до  $y_1$ , експорт збільшиться для підприємств такої країни до  $x_1 = y_1 - c_1$ . Це призведе до зміщення на правому графіку кривої пропозиції експорту вправо. Так як країна мала, світова ціна залишиться попередньою  $p^*$ , а експорт зростатиме з  $x_0$  до  $x_1$ .

Відбудуться такі зміни: втрати споживачів  $(a+b)$ , виграш виробників  $(a+b+c)$ , вартість субсидії для держави  $(b+c+d)$ , відповідно, непоправні втрати суспільства (deadweight loss) складатимуть  $DW = -(b+d)$ . Таким чином мала країна в цілому втрачає від встановлення експортної субсидії.

Розглянемо випадок великої країни, такої як Казахстан. У цьому випадку все відбуватиметься аналогічно як і у попередньому випадку, за виключенням того, що світова ціна змінюється і зі сторони іншого світу попит буде не



горизонтальний. Тому при зміщенні кривої пропозиції експорту  $X$  на правому графіку світова ціна знизиться до рівня  $p'$ . При цьому країна експортер-конкурент нестиме додаткові втрати від погіршення умов торгівлі (terms of trade) в розмірі  $c$  крім втрат суспільства, як і у випадку малої країни, у розмірі  $b+d$ . Таким чином ми бачимо, що експортні субсидії ведуть до обов'язкових втрат у країні-експортері [146].

Описані результати притаманні для випадку існування двох товарів в умовах досконалої конкуренції. Якщо припустити існування декількох товарів і недосконалої конкуренції, країні може бути вигідно встановлювати експортні субсидії [59]. Якщо після впровадження субсидії на один товар світова ціна на інші товари змінюється, то і умови продажу цих товарів покращуються. Таким чином, може виникнути ситуація, при якій доходи від покращення умов торгівлі на одні товари перевищать втрати від встановлених субсидій і відповідно отримають прибутки ті імпортери, які продають товари, що не підпадають під субсидії [141].

У випадку конкуренції за Курно, нехай  $x$  і  $x^*$  – обсяги продажу вітчизняного та підприємства експортера на зовнішньому ринку (тобто, коли здійснюватиметься імпорт у якусь третю країну з однієї, наприклад, європейської країни, де присутня експортна субсидія, та з України). Відповідно ціна вітчизняного підприємства  $p(x, x^*)$ , а іноземного (тобто українського) –  $p^*(x, x^*)$  [141]. Тоді прибуток вітчизняного виробника від експорту:

$$\pi = p(x, x^*)x - C(x) \quad (2.13)$$

Для максимізації прибутку по  $x$  розрахуємо похідну першого порядку:

$$\pi_x = p_x(x, x^*) \times x + p(x, x^*) - C_x(x) \quad (2.14)$$

Умова другого порядку матиме вигляд.

$$\pi_{xx} = p_{xx}(x, x^*) \times x + 2p_x(x, x^*) - C_{xx}(x, x^*) \quad (2.15)$$

Аналогічно виписуємо умови першого та другого порядку для іноземного підприємства. Використовуючи рівняння (2.14), отримуємо функцію реакції вітчизняного підприємства  $x=r(x^*)$  ( $RR$  на рис. 3), аналогічно отримуємо

функцію реакції іноземного підприємства  $x=r(x^*)$  ( $R^*R^*$  на рис. 2.10). У точці С досягаємо рівноваги за Курно.

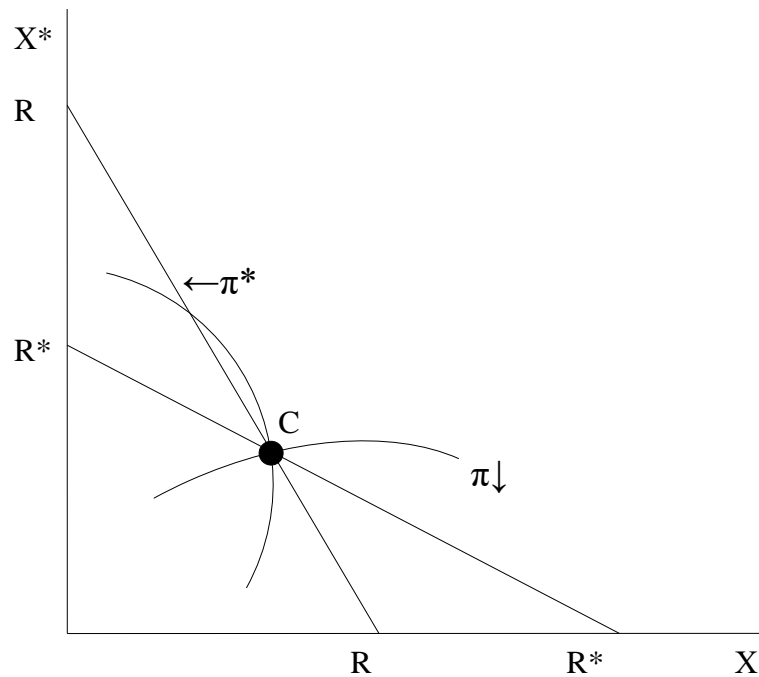


Рис. 2.10 Криві реакції вітчизняного та іноземного підприємств в умовах конкуренції за Курно

Примітка: джерело [66]

Після впровадження субсидії, виконавши ті ж дії отримаємо значення прибутку вітчизняного підприємства матиме вигляд:

$$\pi = (p(x, x^*) + s)x - C(x) \quad (2.16)$$

де  $s$  – розмір субсидії.

Максимізуючи прибуток підприємства, отримаємо функцію реакції  $x=r(x^*,s)$ . Зауважимо, що  $dx/ds > 0$  (можна отримати з умови другого порядку для рівняння (2.15)). Таким чином, при введенні субсидії на експорт крива реакції вітчизняного підприємства зміщується вправо, і нова рівновага Курно встановлюється в точці D (рис. 2.11). Як бачимо експортні субсидії впливають лише на суспільний добробут та прибутки підприємств країни у якій вони впроваджуються і ніяким чином не впливають на обсяг імпорту з інших країн, звичайно за умови надання виробниками імпортерами конкурентної ціни.

Другою за розповсюдженістю на зовнішніх ринках – є квота, як пряме обмеження кількості товару, яке може бути імпортоване у країну. Таке обмеження здійснюється шляхом видавання ліцензій для деяких груп підприємств.

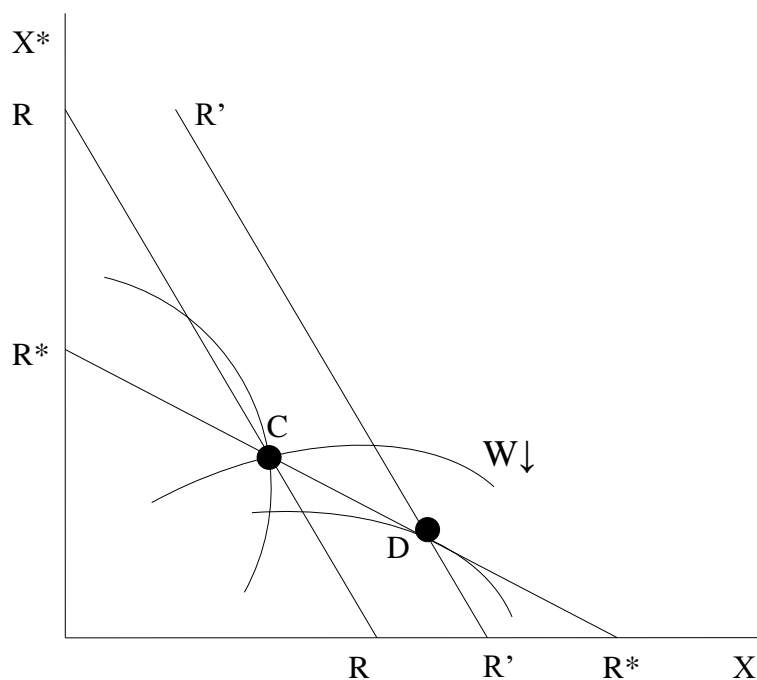


Рис. 2.11. Вплив експортних субсидій у випадку конкуренції за Курно  
Примітка: джерело [149]

Згідно результатів дослідження Бхагваті (Bhagwati 1965) у випадку досконалої конкуренції, та Кругера (Kruger 1974) при введенні квоти частково зростають прибутки вітчизняних підприємств за рахунок зростання ціни через зменшення конкуренції на ринку, але зменшується добробут населення. Що стосується імпортерів, то за умови входження на ринок прибутки вищі через можливість використання високої ціни, але через обмеженість імпорту у цю країну, навіть за наявності попиту зростання прибутку через зростання обсягів збуту не можливе [151].

Менші за вагою на західних ринках є технічні бар'єри у торгівлі. Вони є об'єктивними вимогами щодо безпеки, захисту навколишнього середовища,

охорони здоров'я та іншими причинами. Однак, найчастіше ці види бар'єрів мають протекціоніський характер: величина затрат експортера на адаптацію продуктів і проведення досліджень та сертифікація для виходу на ринок призводять до того, що такий товар стає неконкурентоспроможним. У деяких випадках вимоги технічних стандартів стають рівноцінними повній забороні на ввезення того чи іншого товару.

Для оцінки можливого впливу введення технічних бар'єрів на об'єми торгівлі розглянемо стандартну модель часткової рівноваги на товарному ринку. Нехай внутрішня ціна на товар  $x$  в малій країні дорівнює  $p_1$ , пропозиція всередині країни –  $S_1$ , попит –  $D_1$ , тоді обсяг імпорту в умовах вільної торгівлі дорівнює  $D_1 - S_1$  (рис. 2.12).

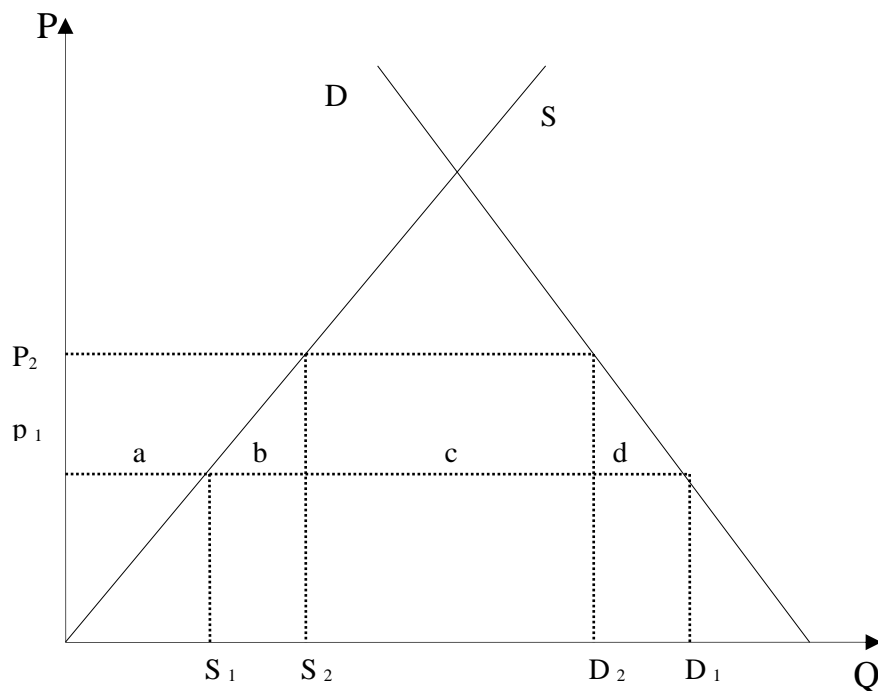


Рис. 2.12 Вплив технічних бар'єрів на об'єми імпорту товарів

Нехай тепер досліджувана країна вводить технічні бар'єри на товар  $x$ . Ця міра не є кількісним обмеженням на ввезення товарів, але збільшує витрати імпортера. Таким чином нова ціна товару на внутрішньому ринку буде такою:  $p_2 = p_1 + e$ , де  $e$  – адвалерний коефіцієнт введення технічних бар'єрів. Після введення таких заходів попит на товар  $x$  зменшується до  $D_2$ , а внутрішня

пропозиція збільшиться до  $S_2$ . Об'єм імпорту після введення технічних бар'єрів дорівнюватиме відповідно  $D_2-S_2$  (див. рис. 2.12). Таким чином, виграш вітчизняних виробників рівний  $a$ , витрати іноземних виробників на проходження технічних бар'єрів –  $a+b$ , сукупні втрати суспільного добробуту країни, що імпортує –  $b+d$ .

Тобто технічні бар'єри будуть безпосередньо збільшувати ціну на певну величину, яку можна розрахувати у вигляді адвалерного коефіцієнта для країн потенційних ринків-збуту. Таку ж процедуру можна використовувати і для інших цінових нетарифних заходів регулювання. З метою встановлення адвалорних коефіцієнтів розглянемо економетричну модель попиту на імпортні товари, врахувавши вплив нетарифних заходів регулювання зовнішньої торгівлі. Ця модель є моделлю рівноваги обсягів імпорту. Використаємо її в умовах горизонтальності кривої пропозиції.

Маргус Дж. пропонує використовувати модель, що є похідною від моделі попиту на імпортні товари [158]. Вона базується на припущенні про те, що об'єм товару, що імпортується залежить від власних доходів, ціни імпортного товару з врахуванням тарифу. Крім того, ми припускаємо, що на ціну товару мають вплив нетарифні заходи регулювання. Нехай у нас є один товар і у його відношенні застосовується один нетарифний захід регулювання, тоді початкове рівняння матиме вигляд

$$m_i = e^{\alpha + \gamma \ln GDP_i + \beta NTB_i + \varepsilon \ln(p_i(1+t_i)) + \mu_i}, \quad (2.17)$$

тобто логарифм величини імпорту з  $i$ -ї країни ( $\ln m_i$ ) залежить від логарифму ВВП ( $\ln GDP_i$ ), від наявності нетарифного заходу регулювання ( $NTB_i$ ), від логарифма ціни товару з врахуванням тарифів для країни  $i$  ( $\ln p_i(1+t_i)$ ), які можна розкласти на декілька складових, такі як ринкові відносини, транспортні витрати на постачання товарів та індивідуальний для кожної країни рівень тарифного захисту.

Тепер припустимо, у на ринку існує  $K$  ( $k = \overline{1, p}$ ), нетарифних заходів регулювання, що можуть застосовуватись до товару. У такому випадку

рівняння (2.17) матиме вигляд:

$$m_i = e^{\alpha + \gamma \ln GDP_i + \sum_{k=1}^p \beta_k NTB_{i,k} + \varepsilon \ln(p_i(1+t_i)) + \mu_i} \quad (2.18)$$

Далі припустимо, що на ринку існує  $N$  товарів, що імпортується, що можуть бути розділені на  $L$  товарних груп, так що у кожній товарній групі кількість товарів дорівнює  $N_l$ . Таким чином, виконується така рівність:

$\sum_{l=1}^L N_l = N$ . Позначимо порядковий номер товару всередині товарної групи індексом  $n$ . За аналогією з рівнянням (2.18) запишемо рівняння для кожної країни потенційного ринку збуту отримавши систему рівнянь (країни імпортера).

$$\ln m_i^{1,1} = \alpha_{1,1} + \gamma_{1,1} \ln GDP_i + \sum_{k=1}^p \beta_{1,1,k} NTB_{i,k}^{1,1} + \varepsilon_{1,1} \ln p_i^{1,1} (1+t_i^{1,1}) + \mu_i^{1,1} \dots \dots \dots$$

.....

$$\ln m_i^{N_l, l} = \alpha_{N_l, l} + \gamma_{N_l, l} \ln GDP_i + \sum_{k=1}^p \beta_{N_l, l, k} NTB_{i,k}^{N_l, l} + \varepsilon_{N_l, l} \ln p_i^{N_l, l} (1+t_i^{N_l, l}) + \mu_i^{N_l, l}$$

.....

$$\ln m_i^{N_L, L} = \alpha_{N_L, L} + \gamma_{N_L, L} \ln GDP_i + \sum_{k=1}^p \beta_{N_L, L, k} NTB_{i,k}^{N_L, L} + \varepsilon_{N_L, L} \ln p_i^{N_L, L} (1+t_i^{N_L, L}) + \mu_i^{N_L, L}, \quad (2.19)$$

тобто логарифм обсягу імпорту кожного товару  $n$  всередині товарної групи  $l$  в країну  $i$  залежить від логарифму ВВП країни  $i$ , від наявності нетарифного заходу регулювання  $k$  на даний товар в країні  $i$  та від логарифму ціни товару з врахуванням тарифу в країні  $i$ .

Якщо розглядати випадок, що на кожному конкретному ринку присутні декілька іноземних продавців, позначимо  $E$  то систему рівнянь (2.19) можна переписати таким чином:

$$m_{i,1}^{1,1} = e^{\alpha_{1,1,1} + \gamma_{1,1,1} \ln GDP_i + \sum_{k=1}^p \beta_{1,1,1,k} NTB_{i,k}^{1,1} + \varepsilon_{1,1,1} \ln(p_{i,1}^{1,1}(1+t_{i,1}^{1,1})) + \mu_{i,1}^{1,1}} \dots \dots \dots$$

.....

$$m_{i,E}^{N_l, l} = e^{\alpha_{N_l, l, E} + \gamma_{N_l, l, E} \ln GDP_i + \sum_{k=1}^p \beta_{N_l, l, k, E} NTB_{i,k}^{N_l, l} + \varepsilon_{N_l, l, E} \ln p_{i,E}^{N_l, l} (1+T_l^{N_l, l}) + \mu_{i,E}^{N_l, l}} \quad (2.20)$$

$$\ln m_{i,E}^{N_L,L} = \alpha_{N_L,L,E} + \gamma_{N_L,L,E} \ln GDP_i + \sum_{k=1}^p \beta_{N_L,L,k,E} NTB_{i,k}^{N_L,L} + \varepsilon_{N_L,L,E} \ln p_{i,E}^{N_L,L} (1 + t_i^{N_L,L}) + \mu_{i,E}^{N_L,L},$$

Тобто логарифм обсягу імпорту кожного товару  $n$  всередині товарної групи  $l$  з країни  $E$  в країну  $i$  залежить від логарифму ВВП країни  $i$ , від наявності нетарифного заходу регулювання  $k$  на даний товар в країні  $i$  та від логарифму ціни товару з врахуванням тарифу в країні  $i$ .

Дослідимо отриману модель на адекватність, тобто відповідність реальній ситуації. Для наочності схематично покажемо залежність результату від однієї зі змінних системи рівнянь, наприклад логарифму ціни товару з врахуванням тарифу. Тим самим здійснимо оцінку коефіцієнтів системи рівнянь (2.20). Розглянемо просту модель, коли на ринку, наприклад Польщі, як потенційного ринку збуту, існує дві товарні групи (трикутник харчові продукти, до якої відноситься досліджувана продукція, квадрат корма для тваринництва та добавки до них), всередині кожної товарної групи по два товари: 1 – тушка птиці, 2 – напівфабрикати з птиці; корма для тваринництва: 1- фуражне зерно, 2 – добавки до кормів. Крім того, існують два експортери (країни з яких експортують) – заштриховані позначення – країни Євросоюзу, пусті – ринки країн СНД, та чотири імпортери на цих ринках (Росія, Україна, Білорусь, Румунія). По вертикальній осі відкладені об'єми імпорту товарів, по горизонтальній осі – логарифми ціни товари з врахуванням тарифів. Тоді коефіцієнти  $\varepsilon_{n,l,e}$  оцінюється так, як наведено на рис. 2.13. Тобто для кожного товару проводиться оцінка впливу досліджуваного фактору на об'єми імпорту даного товару з врахуванням країни походження.

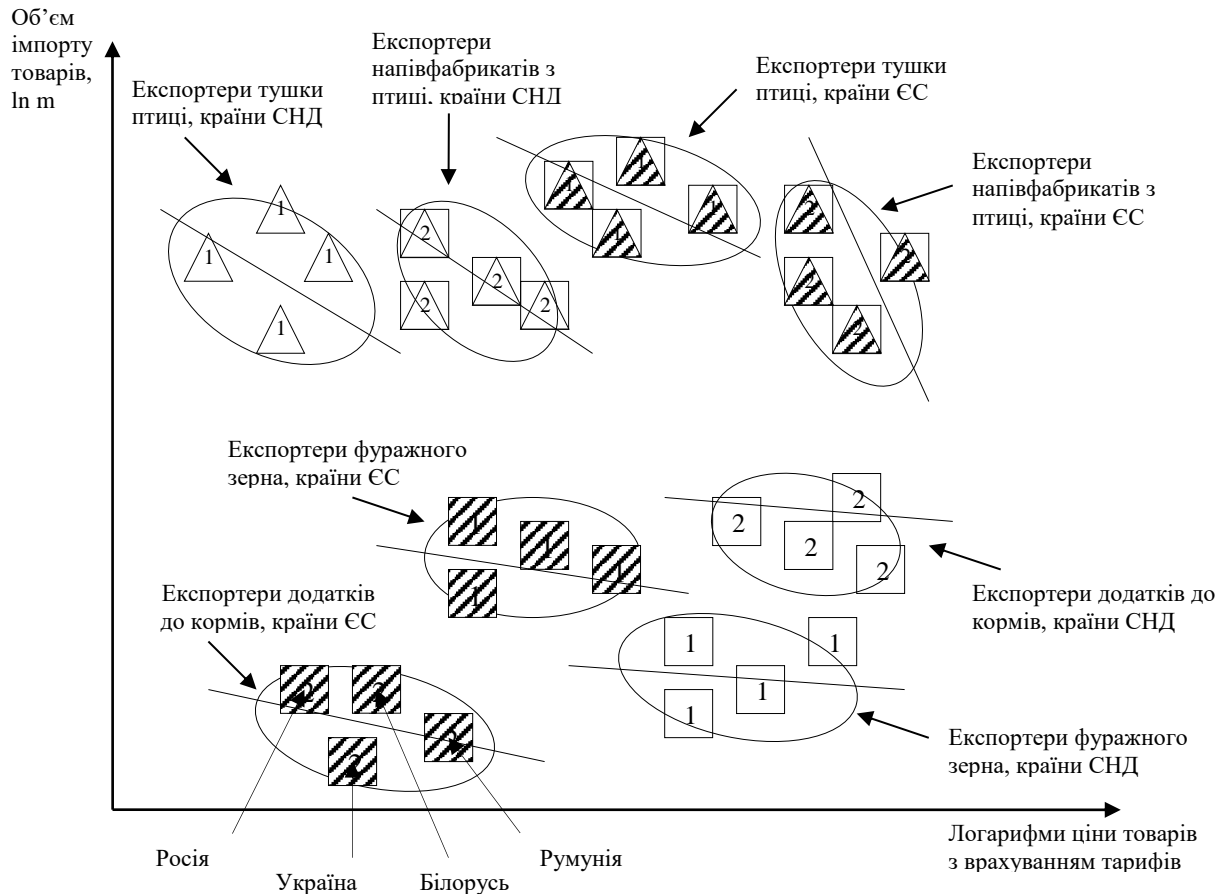
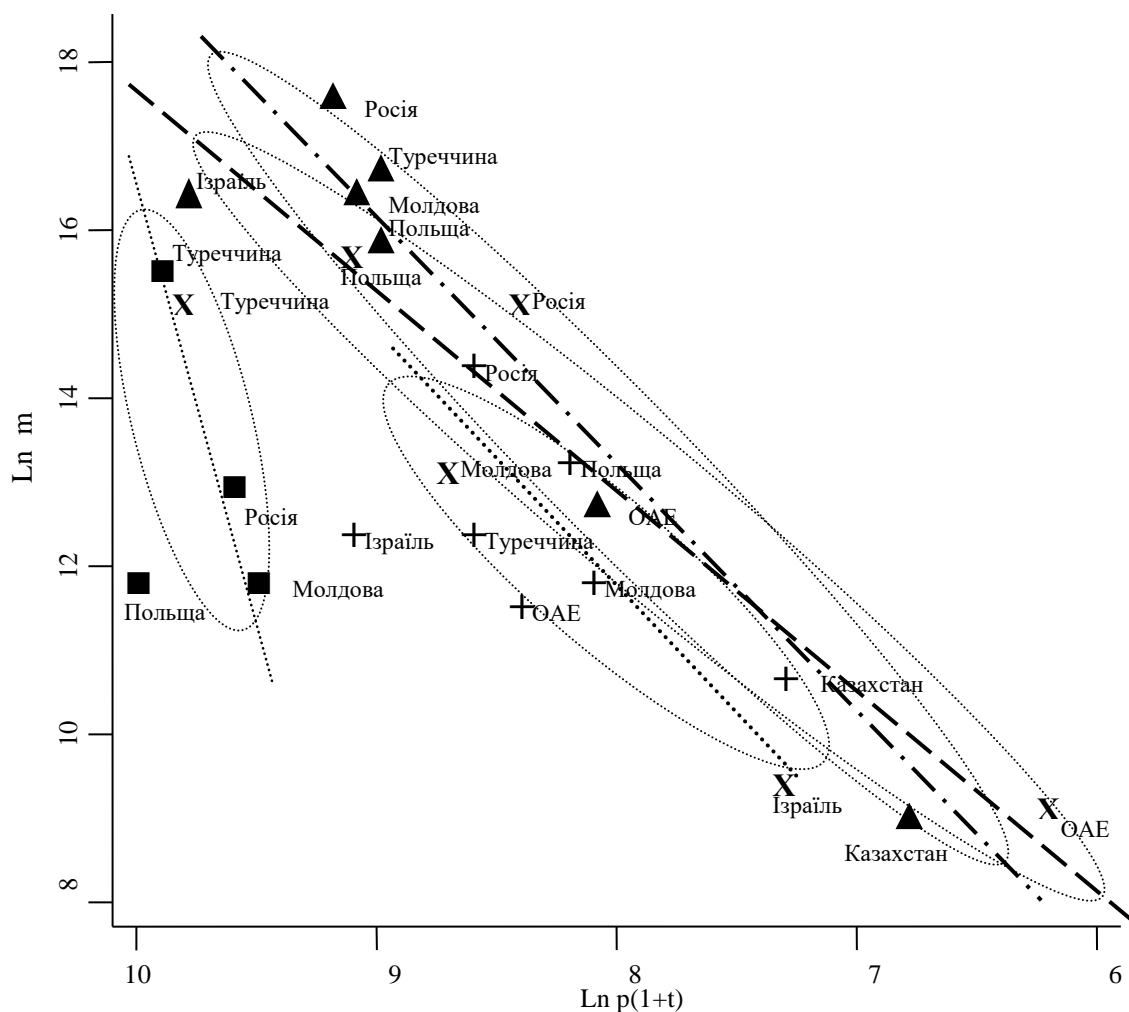


Рис. 2.13 Методика оцінки системи рівнянь виду (2.20)  
 Примітка: побудовано автором. Вихідні дані див. Дод. П

На рис. 2.14 наведена залежність обсягів імпорту на ринках країн СНД товарів конкретних товарних груп, а саме: 01.05 “Свійська птиця: кури, качки, гуси, індики та цесарки живі” і 02.07 “М’ясо та їстівні субпродукти свійської птиці зазначені в товарній позиції 01.05, свіжі, охолоджені або морожені” від ціни з врахуванням тарифу на основі реальних статистичних даних. Джерелами статистичної інформації для проведення економетричних оцінок стали: база даних ООН – Comtrade і статистика Світового банку WDI. Умовні міжнародні позначення необхідних показників наведено у таблиці 2.32.





- X – товарна група 01, товар 01.05, експортер США
- ▲ – товарна група 02, товар 02.07, експортер США
- – товарна група 01, товар 01.05, експортер Німеччина
- + - товарна група 02, товар 02.07, експортер Німеччина

Рис. 2.14 Залежність обсягу імпорту від ціни з врахуванням тарифу (реальні дані – товарна група 01: товар 01.05 “Свійська птиця: кури, качки, гуси, індички та цесарки живі”; товар 02.07 “М’ясо та їстівні субпродукти свійської птиці зазначені в товарній позиції 01.05, свіжі, охолоджені або заморожені”)

Примітка: побудовано автором на основі джерел – бази даних ООН – Comtrade і статистики Світового банку (див. дод.) [9, 169]

Примітка: основними країнами експортерами досліджуваної продукції є США та Німеччина, тому на потенційних ринках збуту брались обсяги імпорту саме з цих країн

## Вихідні дані для аналізу впливу нетарифних заходів регулювання між країнами

Змінна	Зміст параметра	Джерело
$V_{i,e}^n$	Вартість об'єму імпорту товару категорії $n$ в країну $i$ з країни $e$	Comtrade
$m_{i,e}^n$	Фізичний об'єм імпорту товару $n$ в країну $i$ з країни $e$ , або специфічних для товару одиницях або у кілограмах	Comtrade
$GDP_i$	Валовий внутрішній продукт в країні імпортера $i$ , в доларах 2010 р.	WDI
$GDP_{-pc_i}$	ВВП на душу населення країни потенційного ринку збуту $i$ , в доларах 2010 р.	WDI
$Ind_i$	Частка промисловості в економіці країни $i$ , в % ВВП	WDI
$Agr_i$	Частка сільського господарства в економіці країни потенційного ринку збуту $i$ , в % ВВП	WDI
$Serv_i$	Частка сфери послуг в економіці країни $i$ , в % ВВП	WDI
$Urb_{-pop}_i$	Частка міського населення в країні потенційного ринку збуту $i$ , у % від загальної чисельності населення країни	WDI
$NTB_{i,k}^n$	Встановлений нетарифний захід регулювання зовнішньої торгівлі виду $k$ для товару $n$ , що застосовується в країні $i$ , даммі-змінна (рівна 1, якщо до цього товару використовується цей тарифний захід)	Comtrade
$t_i^n$	Встановлений тариф на ввезення товару $n$ в країну $i$ , %	Comtrade

Примітка: реальні статистичні дані див. Дод.Р

З рис. 2.14 видно, що з усіх потенційних ринків збуту найменша залежність обсягу імпорту продукції від ціни продажу за товаром 01.05 “Свійська птиця: кури, качки, гуси, індики та цесарки живі” ( $\ln p$  (1+t) знаходиться в межах інтервалу (-10; - 9), а  $\ln m$  – (16; 13) відповідно) є на ринках Польщі та Туреччини. Середня залежність ((- 10; - 7), (13; 10)) – Молдова та Росія. За товаром 02.07 “М’ясо та їстівні субпродукти свійської птиці зазначені в товарній позиції 01.05, свіжі, охолоджені або морожені”) – ситуація аналогічна. Середня залежність прослідковується на ринку ОАЕ. Близьку до середньої залежності за цим товаром виявлено на ринку Казахстану.

Враховавши стандартизацію товарної номенклатури у європейських країнах і однакових властивостях товарів з різних країн в межах однієї товарної групи можна припустити рівність коефіцієнтів всередині однієї товарної групи товарів незалежно від країни їх придбання (наприклад,  $\gamma_{n,l,i} = \dots = \gamma_{n,l,E} = \gamma_l$  для будь-якого  $l$ ) [148]. Таким чином, наприклад припустимо, що еластичність

попиту за ціною збуту продукції на іноземному ринку збуту товарів групи  $l$  дорівнює  $\varepsilon_l$ , тобто всередині даної товарної групи, незалежно від ціни походження, якщо одна країна імпортер має більш високу ціну товару, ніж інша, то кожен додатковий відсоток різниці у власній ціні буде спонукати до однакового зниження фізичного об'єму імпорту будь-якого товару з даної товарної групи у процентному вираженні. У такому випадку можна розглядати рівняння з об'єднаними кутовими коефіцієнтами у розрізі країн всередині однієї товарної групи (використовуючи індивідуальні фіксовані ефекти на кожен товар з врахуванням країни походження) [151]. У такому випадку систему рівнянь (2.20) можна записати у вигляді одного рівняння (2.21).

$$m_{i,e}^{n,l} = e^{\alpha_{n,l,e} + \gamma_l \ln GDP_i + \sum_{k=1}^p \beta_{k,l} NTB_{i,k}^{n,l} + \varepsilon_l \ln(p_{i,e}^{n,l} (1+t_i^{n,l})) + \mu_{i,e}^{n,l}} \quad (2.21)$$

де  $\alpha_{n,l,e}$  - індивідуальні фіксовані ефекти на різні товари  $n$  всередині товарної групи  $l$  з врахуванням країни походження  $E$ . Зазначимо, що апіорі важко визначити співвідношення цих коефіцієнтів для різних наборів  $n, l, E$ . Хоча доцільно оцінити значення коефіцієнтів для потенційних ринків збуту. Для цього рівняння (2.21) необхідно прологарифмувати та врахувати структуру економіки та рівня доходів населення досліджуваних ринків.

$$\ln m_{i,e}^{n,l} = \alpha_{n,l,e} + \gamma_{1,l} \ln GDP_i + \gamma_{2,l} \ln GDP_{-pc_i} + \gamma_{3,l} \ln Ind_i + \gamma_{4,l} \ln Agr_i + \lambda_{5,l} \ln Serv_i + \gamma_{6,l} \ln Urb_{-pop_i} + \sum_{k=1}^p \beta_{k,l} NTB_{i,k}^{n,l} + \varepsilon_l \ln p_{i,e}^{n,l} (1+t_i^{n,l}) + \mu_{i,e}^{n,l} \quad (2.22)$$

Таким чином, ми припускаємо, що фізичний обсяг імпорту товару  $n$  в країну  $i$  з країни  $E$   $m_{i,e}^n$  залежить від таких чинників:

$GDP_i$  – ВВП країни потенційного ринку збуту  $i$ ;

$GDP_{-pc_i}$  – ВВП на душу населення країни потенційного ринку збуту  $i$ ;

$Ind_i$  – частка промисловості в економіці країни  $i$ ;

$Agr_i$  – частка сільського господарства в економіці країни потенційного ринку збуту  $i$ ;

$Serv_i$  – частка сфери послуг в економіці країни  $i$ ;

$Urb\_pop_i$  – частка міського населення в країні потенційного ринку збуту  $i$ ;  
 $NTB_{i,k}^{n,l}$  – нетарифний захід регулювання зовнішньої торгівлі виду  $k$  для товару  $n$  з товарної групи  $l$ , що застосовується в країні  $i$ ;

$p_{i,e}^{n,l}(1+t_i^{n,l})$  – ціна (з врахуванням тарифів) одиниці товару  $n$  з товарної групи  $l$ .

Позначення коефіцієнтів рівняння (2.22) наведено у таблиці 2.33.

Таблиця 2.33

Очікувані знаки коефіцієнтів рівняння і позначення змінних рівняння (2.22)

Чинник	Міжнародне позначення	Одиниця виміру	Очікуваний знак коефіцієнта
Індивідуальні фіксовані ефекти на товари	$\alpha_{n,l,e}$	-	+
ВВП країни $i$	$GDP_i$	тис. дол.	+
ВВП на душу населення країни $i$	$GDP\_pc_i$	тис. дол.	+
Частка промисловості в ВВП країни $i$	$Ind_i$	%	?
Частка сільського господарства у ВВП країни $i$	$Agr_i$	%	?
Частка сфери послуг у ВВП країни $i$	$Serv_i$	%	?
Частка міського населення в країні $i$	$Urb\_pop_i$	%	+
Нетарифний захід регулювання виду $k$ для товару $n$ з товарної групи $l$ в країні $i$ *	$NTB_{i,k}^{n,l}$	%	-
Ціна за одиницю продукції $n$ з товарної групи $l$ в країну $i$ з країни $e$ з врахуванням тарифу на ввезення товару у країну $i$	$p_{i,e}^{n,l}(1+t_i^{n,l})$	тис. дол	-

Примітка: сформовано автором

Знаки коефіцієнтів при змінних, відображають структуру економіки країни потенційного-ринку збуту, не зовсім очевидні: вплив цих змінних істотно залежатиме від виду товару, що імпортується. Варто підкреслити, що в межах моделі (2.22) ми враховуємо середню еластичність за всіма товарами.

Коефіцієнти моделі (2.22) матимуть додатні значення з таких причин:

- призначення коефіцієнту перед логарифмом валового внутрішнього є відображення масштабу економіки, тобто він не може бути від'ємний;
- коефіцієнти перед логарифмом ВВП на душу населення  $i$  перед

логарифмом частки міського населення додатні, оскільки вони відображають рівень розвитку населення;

- знаки коефіцієнтів перед логарифмами частки промисловості та частки сільського господарства в економіці країни партнера залежать як від структури економіки так і від структури імпорту. З одного боку, якщо частка промисловості в економіці країни імпортера велика, то це має призвести до підвищення об'ємів імпорту сільськогосподарської продукції. З іншого боку, це сприятиме зменшенню об'ємів імпорту промислової продукції;

- знак коефіцієнта перед логарифмом частки сфери послуг також істотно залежить від структури імпорту та структури економіки як і у попередньому випадку;

- коефіцієнт перед змінною “Нетарифні заходи регулювання зовнішньої торгівлі” від’ємний, так як чим більше бар’єрів для міжнародної торгівлі, тим менший її оборот;

- від’ємне значення коефіцієнта перед логарифмом ціни досліджуваного товару з врахуванням імпортного тарифу забезпечується умовою, що у випадку зростання ціни відбувається зменшення попиту.

Проведемо оцінку моделі (2.22) з змінною “нетарифні бар’єри”. Модель (2.22) у відхиленнях від середнього (регресія within) виглядає наступним чином:

$$\begin{aligned}
 \ln m_{i,e}^{n,l} - \ln \bar{m}^{n,l} = & \gamma_1 (\ln GDP_i - \ln \overline{GDP}) + \gamma_2 (\ln GDP\_pc_i - \ln \overline{GDP\_pc}) + \\
 & + \gamma_3 (\ln Ind_i - \ln \overline{Ind}) + \gamma_4 (\ln Agr_i - \ln \overline{Agr}) + \gamma_5 (\ln Serv_i - \ln \overline{Serv}) + \\
 & + \gamma_6 (\ln Urb\_pop_i - \ln \overline{Urb\_pop}) + \\
 & + \beta (NTB_i^n - \overline{NTB}^n) + \varepsilon (\ln p_{i,e}^{n,l} (1 + t_i^n) - \ln \overline{p}^{n,l} (1 + \overline{t}^{n,l})) + \varpi_{i,e}^{n,l}.
 \end{aligned} \tag{2.23}$$

Як видно з наведеної вище формули, за відсутності часової компоненти усередненні змінні наводяться за країнами-імпортерами та країнами-експортерами. Отримуємо коефіцієнти, стандартизовані за групами товарів, що характеризують зміни фізичного об’єму імпорту від зміни показників при переході від однієї країни до іншої. Результати оцінки рівняння (2.23) наведені у таблиці 2.34.

## Результати оцінки рівняння

Залежна змінна: логарифм об'єму імпорту окремого виду продукції		
5 потенційних ринків збуту*, всі найменування товарів		
Кількість спостережень: 2634		
Кількість товарних груп: 2		
Показник	Значення коефіцієнта	P-value
ВВП країни $i$	0,545	0,000
ВВП на душу населення країни $i$	1,935	0,000
Частка промисловості в ВВП країни $i$	-4,415	0,000
Частка сільського господарства у ВВП країни $i$	-1,055	0,000
Частка сфери послуг у ВВП країни $i$	-12,183	0,000
Частка міського населення в країні $i$	0,723	0,000
Нетарифний захід регулювання виду $k$ для товару $n$ з товарної групи $l$ в країні $i$	-0,039	0,000
Ціна за одиницю продукції $n$ з врахуванням тарифу	-0,947	0,000
Константа	56,647	0,000
$R^2_{within}$	0,37	0,000

Примітка: розраховано автором за допомогою програми Statistika

\* Потенційними країнами збуту було обрано такі: Польща, Молдова, Російська Федерація, Казахстан, ОАЕ.

Коефіцієнти в рівнянні що оцінювалось мають правильний та очікуваний знак, і, крім того, всі коефіцієнти виявились значимими на 1%-му рівні. Загальні результати оцінки можна інтерпретувати таким чином:

- якщо одна країна-імпортер має більш високий ВВП, чим інша, то кожен додатковий 1 % різниці ВВП призводить до зростання імпорту кожного товару до країни на 0,545 %;
- якщо одна країна-імпортер має більш високий ВВП на душу населення чим інша то кожен додатковий 1 % різниці ВВП на душу населення приводить до зростання імпорту кожного товару до країни на 1,935 %;
- якщо одна країна-імпортер має більш високу частку промисловості в економіці, чим інша, то кожен додатковий 1 % різниці – призводить до зниження імпорту кожного товару до країни на 4,415;
- якщо одна країна-імпортер має більш високу частку сільського господарства в економіці, чим інша, то кожен додатковий 1 % різниці в цій

частці призводить до зниження імпорту кожного товару на 1,055 %;

- якщо одна країна-імпортер має більш високу частку сфери послуг, чим інша, то кожен додатковий 1 % різниці в цій частці призводить до зниження імпорту кожного товару на 12,183 %;

- якщо одна країна-імпортер має більш високу частку міського населення, чим інша, то кожен додатковий 1 % різниці в цій частці призводить до зростання імпорту кожного товару на 0,723 %;

- при введенні однією країною-імпортером якого-небудь нетарифного заходу регулювання на досліджуваний товар імпорту знижується у порівнянні з країнами, що не ввели подібний захід, на 3,9 % ( $\exp(0,039) - 1 \approx 0,039$ );

- якщо одна країна імпортер має більш високу вартість товару з врахуванням тарифу, чим інша, то кожен додатковий 1 % різниці в цій частці призводить до зниження імпорту кожного товару на 0,947 % тобто еластичність попиту по ціні, пов'язана зі зміною пари імпортер-експортер, рівна 0,947.

Для ілюстрації підтвердження якості оціненої моделі наведемо деякі діаграми розсіювання (див. рис. 2.15, 2.16). Як видно з рисунку 2.15 вартість товару з врахуванням тарифу вказує на негативний вплив на об'єм імпорту, при цьому розміщення точок достатньо однорідне.

Діаграма розсіювання імпорту товарів за ціною іноземних товарів показує загальну однорідність наведеної вибірки. Діаграма розсіювання імпорту за часткою сільського господарства у ВВП країни (рис. 2.16, лівий) менш наглядна, оскільки розбіжності між країнами не суттєві. Особливістю діаграми розсіювання імпорту за змінною "Нетарифні заходи регулювання" (рис. 2.16 правий) є те, що це даммі-змінна.

Розрахуємо адвалерний еквівалент середньої нетарифної міри, тобто вивчимо, введення якого тарифу призведе до найбільшого скорочення обсягу імпорту. Іншими словами, визначимо процентне збільшення ціни товару, яке призведе до такого зменшення.

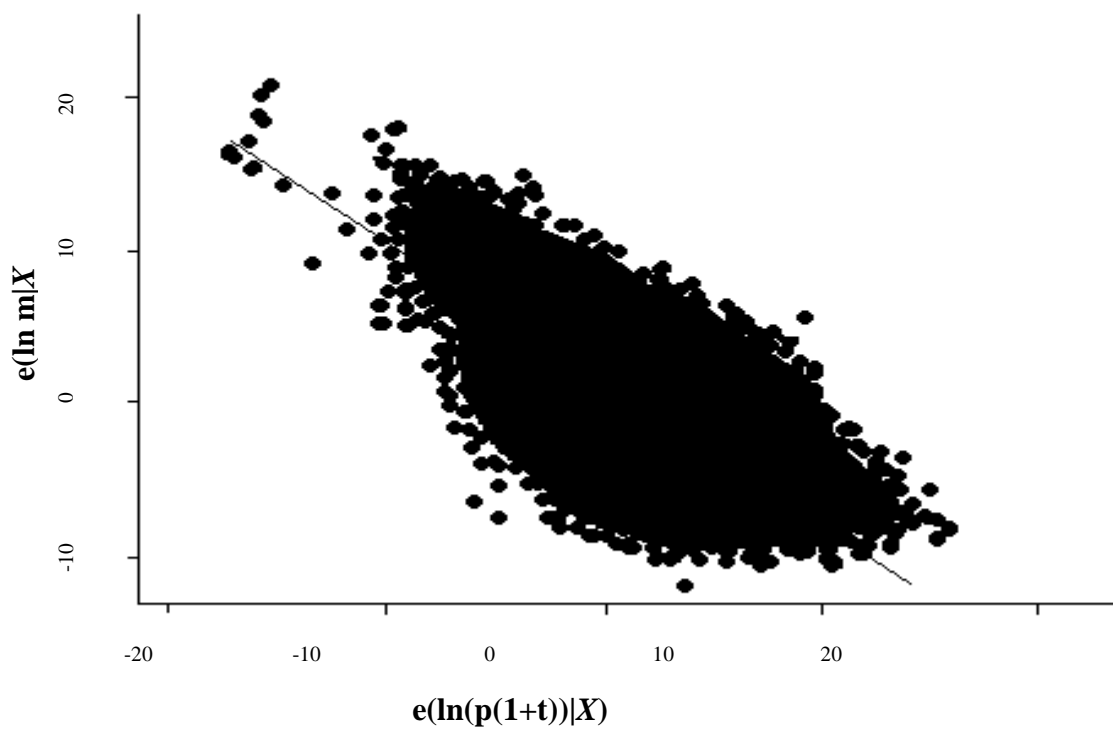


Рис. 2.15 Діаграма розсіювання залишків регресії (2.23)

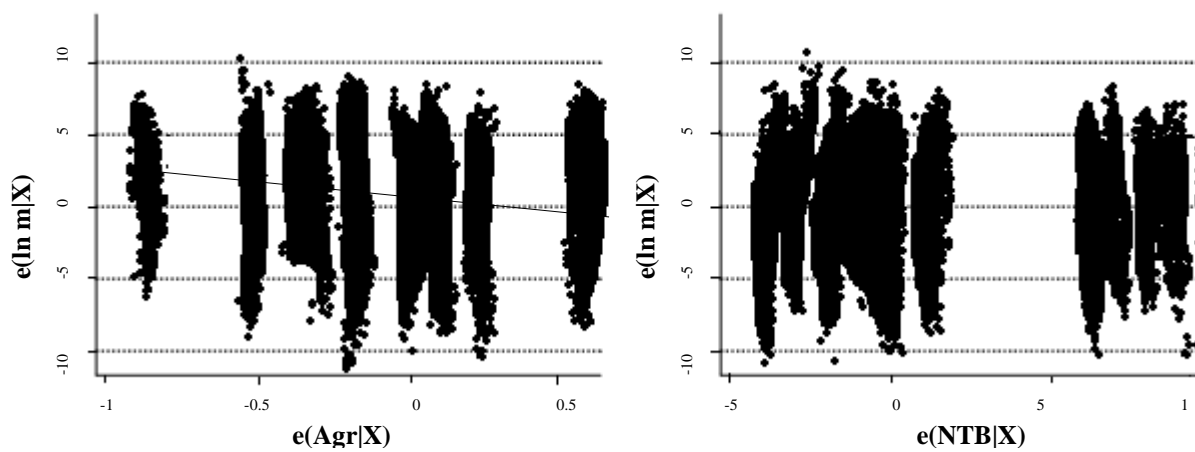


Рис. 2.16 Діаграма розсіювання залишків регресії за виключенням змінних “Частка сільського господарства” і “Нетарифні заходи регулювання” на всі інші змінні



Перетворимо формулу для розрахунку адвалорного коефіцієнта. При введенні нетарифного бар'єру логарифм імпорту зменшується на  $\beta$ , а при зростанні власної ціни з врахуванням тарифу на 1 % логарифм імпорту скорочується на  $\varepsilon$ . Відповідно процентне зростання ціни, еквівалентне нетарифному заходу,  $\beta/\varepsilon$ .

Адвалорний еквівалент нетарифних заходів регулювання розрахований за результатами оцінки рівняння (2.23) дорівнює 3,9 %, тобто якщо в одній країні встановлений хоча б один нетарифний захід регулювання, то імпорт будь-якого товару зменшиться на ту ж величину, так як би ціна цього товару зросла на 3,9 %.

Розрахуємо адвалорні коефіцієнти для конкретних заходів нетарифного регулювання торгівлі продукцією птахівництва, що є найчастіше використовуваними на думку експертів ЮНКАТД [148], а саме: “Вимоги до конкретних характеристик товару для захисту здоров'я людини” ( $NTB\_HH_i^{n,l}$ ), “Вимоги до конкретних характеристик товару для гарантії безпеки людини” ( $NTB\_HS_i^{n,l}$ ).

$$\ln m_{i,e}^{n,l} = \alpha_{n,l,e} + \alpha_1 \ln GDP_i + \alpha_2 \ln GDP\_pc_i + \alpha_3 \ln Ind_i + \alpha_4 \ln Agr_i + \alpha_5 \ln Serv_i + \alpha_6 \ln Urb\_pop_i + \beta_1 NTB\_HH_i^{n,l} + \beta_2 NTB\_HS_i^{n,l} + \varepsilon \ln p_{i,e}^{n,l} (1 + t_i^{n,l}) + \mu_{i,e}^{n,l} \quad (2.24)$$

Результати оцінки такої моделі наведені у таблиці 2.35.

Таблиця 2.35

Результати оцінки моделі (2.24)

Залежна змінна: логарифм об'єму імпорту окремого виду продукції		
5 потенційних ринків збуту*, всі найменування товарів		
Кількість спостережень: 2634		
Кількість товарних груп: 2		
Показник	Значення коефіцієнта	P-value
ВВП країни $i$	0,546	0,000
ВВП на душу населення країни $i$	1,930	0,000
Частка промисловості в ВВП країни $i$	-4,423	0,000
Частка сільського господарства у ВВП країни $i$	-1,060	0,000
Частка сфери послуг у ВВП країни $i$	-12,181	0,000
Частка міського населення в країні $i$	0,724	0,000

Вимоги до конкретних характеристик товару для захисту здоров'я людини	-0,046	0,000
Вимоги до конкретних характеристик товару для гарантії безпеки людини	-0,041	0,000
Ціна за одиницю продукції $n$ з врахуванням тарифу	-0,947	0,000
Константа	56,647	0,000
$R^2_{within}$	0,37	0,000

Примітка: розраховано автором за допомогою програми Statistika

Аналогічно оцінкам, отриманих у попередній оцінці моделі, всі коефіцієнти виявились значимими на 1 % рівні і мають очікуваний і правильний знак. Інтерпретація коефіцієнтів аналогічна попередньому рівнянню.

На рис. 2.17 наведена діаграма розсіювання моделі (2.24) для коефіцієнтів при нетарифних заходах регулювання. Розрахуємо адвалерні еквіваленти двох найчастіше використовуваних заходів регулювання торгівлі продукцією птахівництва на зовнішніх ринках (табл. 2.36).

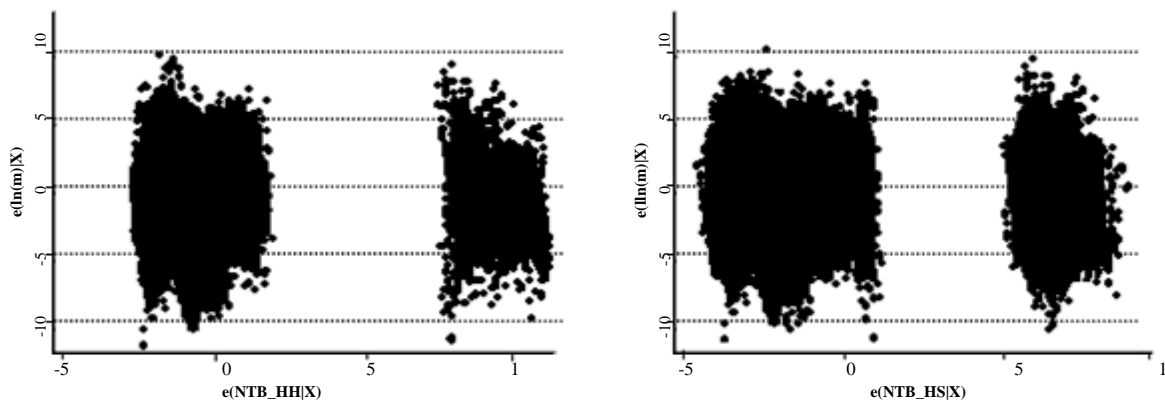


Рис. 2.17 Діаграма розсіювання залишків регресії, за виключенням змінних “Вимоги до конкретних характеристик товару для захисту здоров’я людини”, “Вимоги до конкретних характеристик товару для гарантії безпеки людини”, за залишками регресії цих змінних на всі інші параметри

Адвалорні еквіваленти для двох найбільш використовуваних нетарифних заходів регулювання торгівлі продукцією птахівництва

Нетарифні заходи регулювання	Адвалорний коефіцієнт
Вимоги до конкретних характеристик товару для захисту здоров'я людини	4,6 %
Вимоги до конкретних характеристик товару для гарантії безпеки людини	4,2 %

Примітка: розраховано автором

Тобто, впровадження нетарифного заходу регулювання “Вимоги до конкретних характеристик товару для захисту здоров'я людини” еквівалентно впровадженню 4,6 % тарифу на імпорт продукції, а введення “Вимоги до конкретних характеристик товару для гарантії безпеки людини” еквівалентно впровадженню 4,2 % тарифу.

Розрахуємо адвалорні еквіваленти для нетарифних заходів регулювання, що використовуються найчастіше на потенційних риках збуту продукції птахівництва. Згідно наших досліджень до них відносяться такі:

- ліцензування;
- необхідність в отриманні дозволу на ввезення товару для захисту здоров'я людини (цей захід проявляється у необхідності придбання додаткової ліцензії з метою захисту здоров'я людини);
- необхідність в отриманні дозволу на ввезення товару для гарантії безпеки національних інтересів (теж додаткова ліцензія);
- сертифікація (технічні вимоги до товару);
- вимоги до конкретних характеристик товару для захисту здоров'я людини (цей захід є необхідною процедурою у процесі сертифікації);
- вимоги до конкретних характеристик товару для захисту здоров'я тварин (цей захід є необхідною процедурою у процесі сертифікації і стосується процесу забою птиці);
- вимоги до конкретних характеристик товару для захисту навколишнього

середовища (цей захід є необхідною процедурою у процесі сертифікації);

- вимоги до конкретних характеристик товару для гарантії безпеки людини (цей захід є необхідною процедурою у процесі сертифікації);

- вимоги до маркування товару (у базі даних Comtrade, що використовувалась, зводяться до вказування дати забою птиці та температури первинного охолодження);

- вимоги до отримання акта про проходження ветеринарного контролю (інколи цей акт замовляється та оплачується безпосередньо покупцем).

Результати оцінки моделі із врахуванням усіх нетарифних заходів регулювання наведені у табл. 2.37. Із результатів видно, що майже всі змінні (крім трьох нетарифних мір) мають очікуваний і правильний знак і є значимими на 3 % рівні.

Таблиця 2.37

Результати оцінки моделі (2.24) з найчастіше використовуваними нетарифними заходами регулювання на потенційних ринках збуту продукції птахівництва

Залежна змінна: логарифм об'єму імпорту окремого виду продукції		
5 потенційних ринків збуту*, всі найменування товарів		
Кількість спостережень: 3110		
Кількість товарних груп: 2		
Показник	Значення коефіцієнта	P-value
ВВП країни <i>i</i>	0,546	0,000
ВВП на душу населення країни <i>i</i>	1,944	0,000
Частка промисловості в ВВП країни <i>i</i>	-4,329	0,000
Частка сільського господарства У ВВП країни <i>i</i>	-1,039	0,000
Частка сфери послуг у ВВП країни <i>i</i>	-12,131	0,000
Частка міського населення в країні <i>i</i>	0,747	0,000
Ліцензування	-0,268	0,000
Необхідність отримання дозволу для захисту здоров'я людини	0,517	0,000
Необхідність отримання дозволу для гарантії безпеки національних інтересів	-0,310	0,000
Сертифікація (технічні вимоги до товару)	-0,049	0,490

Продовження таблиці 2.37

Вимоги до конкретних характеристик товару для захисту здоров'я людини	-0,029	0,027
Вимоги до конкретних характеристик товару для захисту здоров'я тварин	0,094	0,027
Вимоги до конкретних характеристик товару для захисту навколишнього середовища	0,091	0,095
Вимоги до конкретних характеристик товару для гарантії безпеки людини	-0,054	0,003
Вимоги до маркування товару	-0,407	0,000
Ветеринарний контроль	-0,087	0,016
Ціна за одиницю продукції з врахуванням тарифу	-0,953	0,000
Константа	56,390	0,000
$R^2_{within}$	0,37	0,000

Примітка: розраховано автором за допомогою програми Statistika на основі джерел – бази даних ООН – Comtrade і статистики Світового банку [9]

Однак, три нетарифні заходи, такі як “Необхідність в отриманні дозволу на ввезення товару для захисту здоров'я людини”, “Вимоги до конкретних характеристик товару для захисту навколишнього середовища”, “Вимоги до отримання акта про проходження ветеринарного контролю” є значимим на 10 % рівні і мають неправильний знак. Це можна пояснити можливістю виникнення помилки у зв'язку з відсутністю часового параметру, але витрати саме за цими нетарифними заходами можуть бути анульовані у зв'язку з уникненням їх під час реалізації безпосередньо. Оскільки вони будуть понесені значно раніше, ще на етапі отримання сертифіката якості на території вітчизняного ринку.

Розрахуємо адвалерні еквіваленти для тих нетарифних заходів регулювання, що виявились значимими і мають очікуваний і правильний знак (табл. 2.38).

Адвалорні еквіваленти для деяких заходів нетарифного регулювання на  
потенційних ринках збуту

Нетарифні заходи регулювання	Адвалорний коефіцієнт
Ліцензування	29,3 %
Необхідність отримання дозволу для гарантії безпеки національних інтересів	26,34 %
Сертифікація	12,4 %
Вимоги до конкретних характеристик товару для захисту здоров'я людини	4,6 %
Вимоги до конкретних характеристик товару для гарантії безпеки людини	4,2 %
Вимоги до маркування товару	31,7 %

Примітка: розраховано автором

Тобто, найбільш суттєво впливають на обсяги імпорту на потенційних ринках збуту такі нетарифні заходи регулювання як: ліцензування, необхідність отримання дозволу для гарантії безпеки національних інтересів, сертифікація, вимоги до маркування товару. З іншого боку для вітчизняного підприємства, що планує вийти на зовнішній ринок необхідно враховувати, що ціна продукції на зовнішньому ринку зростатиме приблизно на 109 %, за умови якщо на ринку діють усі перераховані вище нетарифні заходи регулювання. Тому приймаючи рішення про збут продукції за межі національного ринку доцільно оцінити конкурентоспроможність ціни у порівнянні з ціною відповідного потенційного ринку.

## РОЗДІЛ 3

### ОПТИМІЗАЦІЯ ВПЛИВУ НЕТАРИФНОГО РЕГУЛЮВАННЯ У СИСТЕМІ РОЗВИТКУ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ПТАХІВНИЦТВА

#### 3.1 Моделювання розвитку зовнішньоекономічної підприємств птахівництва

Оптимізація будь-якого процесу має призвести до покращення стану об'єкта та його результатів, саме це і є метою розвитку. Формуючи стратегічні плани, підприємство розраховує досягнути певних показників, що сприятимуть поліпшенню фінансового стану. У напрямку ЗЕД – це збільшення обсягів збуту продукції за рахунок розширення ринків збуту. Враховуючи специфіку нетарифного регулювання на ринках різних країн, таке збільшення буде залежати від мінімізації впливу цих засобів.

На нашу думку, метою оптимізації в межах дисертаційного дослідження є максимізація доходу від реалізації продукції. Це у свою чергу може бути досягнуто через збільшення обсягів реалізації або зменшення ціни. У загальному цільова функція оптимізаційної моделі матиме вигляд (3.1)

$$D = \sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^m Q_{i,j} \times Z_{i,j} \rightarrow \max, \quad i = \overline{1, n}, \quad j = \overline{1, m}, \quad (3.1)$$

де  $D$  – дохід від експорту  $i$ -го виду продукції,  $i = \overline{1, n}$ ,  $n$  – кількість видів продукції згідно асортименту експорту, на  $j$ -му ринку збуту  $j = \overline{1, m}$ ,  $m$  – кількість ринків збуту.

$Q_{i,j}$  - обсяг реалізації  $i$ -го виду продукції на  $j$ -му ринку збуту.

$Z_{i,j}$  - ціна реалізації  $i$ -го виду продукції на  $j$ -му ринку збуту.

Перед тим, як накласти умови на цільову функцію, розглянемо, у яких

напрямах можна здійснювати заходи оптимізації у межах складових системи розвитку зовнішньоекономічної діяльності з метою досягнення оптимальних для підприємства результатів. Ми виділили шляхи оптимізації кількісних та якісних показників у межах складових системи підприємство (див рис 1.2).

У системі управління постачанням до них відносяться такі, як: вибір постачальника, пропозиції яких відповідають таким умовам: найнижча ціна на сировину, за умови її відповідності існуючим міжнародним стандартам якості; наближеність до замовника; повний асортимент необхідних складових кормів або самої номенклатури кормів для різних стадій відгодівлі птиці; можливість надання товарного кредиту; склад кормів, що гарантує якість кінцевого продукту з врахуванням технічних бар'єрів у країнах ЄС.

Остання умова має реалізовуватись у межах системи гарантування якості кормів. Це завдання має виконуватись у межах таких напрямків.

1. Відповідність кормів стандартам якості – відсутність шкідників, відповідність нормам токсичності відносно пестицидів, нітратів.

2. Повноцінність рецептури кормів на різних етапах відгодівлі: наявність відповідних вітамінів, коксодіостатиків, що не перевищують норм, відсутність заборонених компонентів.

3. Забезпечення якості готової продукції (кормів) – відповідність умов зберігання, фасування, постачання (наявність спеціальної техніки для перевезення); відсутність додаткових домішок для збільшення ваги.

4. Присутність кваліфікованого персоналу, задля отримання регулярного та своєчасного консалтингу на всіх етапах відгодівлі птиці, з метою усунення непередбачуваних ситуацій.

Оптимізація у межах фінансової підсистеми повинна стосуватись вхідних та вихідних фінансових потоків у напрямку оподаткування податком на додану вартість. Оскільки уникнення експортного відшкодування згідно Податкового кодексу України можливе лише за умови його покриття вхідним ПДВ, що виникає у результаті імпорту кормів або його складових. Крім того, у процесі укладання договорів, необхідно враховувати, що платежі у напрямку



розрахунків за корми та послуги щодо обслуговування пташників здійснюватимуться протягом всього процесу відгодівлі, а оплата за готову продукцію лише в кінці. Тому з метою забезпечення постійного поступлення обігових коштів підприємствам птахівництва необхідно розраховувати не лише кількість посадки голів птиці, але кількість самих площадок і терміни їх введення в експлуатацію.

Саме це завдання має виконуватись в межах системи виробництва. Під час планування терміну введення площадки враховуються – період відгодівлі, можливості існуючих виробничих потужностей та самостійного забою птиці, умови зберігання готової продукції.

Ми виділили переваги та недоліки використання послідовного та паралельного типів процесу виробництва у птахівництві.

Використовуючи послідовний процес виробництва пташники використовують одну площадку для вирощування птиці. Перевагами такого процесу є:

- можливість одночасного вирощування значного обсягу птиці;
- диверсифікація номенклатури готової продукції птахівництва, як у свіжому так і замороженому вигляді;
- можливість наймання сезонних працівників, тільки на періоди відгодівлі;
- придбання великої кількості кормів певної категорії залежно від тижня відгодівлі, що може знизити ціну.

У свою чергу, недоліками є –

- необхідність достатньої кількості угод щодо одночасного збуту великої кількості продукції;
- необхідність достатньої кількості холодильного обладнання задля глибокого заморожування з метою збільшення у часовому вимірнику періоду збуту продукції. Виконання цього завдання призводить до збільшення капітальних інвестицій.
- тривалий період простоїв виробництва протягом періоду

дезінфекції площадок після забою птиці;

- висока ймовірність втрати поголів'я через високу кількість птиці через обмеженість простору.

Перевагами ж паралельного процесу виробництва у птахівництві є можливість вирощування того обсягу птиці, який забезпечить попит залежно від змін зовнішнього середовища; зниження ризику поширення хвороби через меншу кількість птиці та різні площадки відгодівлі; спрощення процесу реалізації м'яса птиці через невеликий обсяг; постійне забезпечення попиту покупців.

Недоліки – необхідність великих площ для облаштування окремих площадок з метою паралельного вирощування, великі затрати на одночасне придбання кормів для різних етапів відгодівлі, необхідність достатньої кількості складських приміщень для зберігання кормів.

Оптимізація процесу полягатиме у автоматизації подачі кормів з метою мінімізації зовнішнього впливу людини, забезпечення постійного контролю за здоров'ям птиці, гарантуватиме кінцеву якість. Це завдання виконуватиметься в умовах забезпечення вентиляції приміщень, постійного контролю за станом та чистотою площадок виробництва, вологістю, температурним режимом.

У межах підсистеми “виробництво” у результаті виконання попередніх завдань можна досягнути мінімізації витрат через економію кормів та зменшення втрат від падежу птиці. Здійснивши певні капітальні витрати на придбання обладнання для переробки вторинних відходів птахівництва на енергоносії або високоякісні добрива, протягом певного періоду відбувається зменшення витрат на освітлення опалення пташників та додаткове надходження коштів у результаті збуту супутньої продукції. Використовуючи такі технології підприємства крім економічного отримує, екологічний ефект, який має не лише кількісне значення, але і якісне, що має значну вагу для світової спільноти, тим самим сприяючи підвищенню іміджу підприємства і можливостей збуту.

Складність динаміки витрат на практиці залежить від багатьох причин.

Деякі витрати зумовлені наявністю у підприємства декількох виробничих площадок, великого асортименту готової продукції, кількістю партій, що виготовляється. Теоретично на основі усіх цих факторів можна побудувати рівняння з метою розрахунку оптимального рівня ціни за кілограм готової продукції. На практиці у рамках обліку витрат за видами діяльності такі розрахунки проводять за допомогою спеціального програмного забезпечення, що дає можливість моделювати зміну витрат при тих чи інших припущеннях [147]. Але така практика є сумнівною, оскільки вона не дає можливості проаналізувати різні сценарії зміни витрат та отримати прогноз взаємозв'язку попиту та витрат, якщо закладені умови не приводять до очікуваного результату.

Розвиток у межах попередніх підсистем має виконуватись і забезпечуватись поступово у відповідності до системного підходу до стратегічного планування розвитку та розширення збутової діяльності. Ефективне вивчення у процесі аналізування ринків збуту у межах маркетингової діяльності дозволить не лише розвинути зовнішньоекономічну діяльність, але і підприємство в цілому.

Щодо системи стратегічного планування, то оптимізація полягатиме у своєчасному коректуванні планів залежно від зміни умов внутрішнього та зовнішнього середовища.

В цілому, поліпшення всіх підсистем системи розвитку зовнішньоекономічної діяльності можливе за умови використання інновацій. А саме: виробництво – інноваційність технічного забезпечення, технології виробництва, використання новітніх кормів; маркетинг – застосування сучасних методів вивчення ринку, з використанням програм штучного інтелекту.

Через велику кількість факторів, що необхідно врахувати у системі розвитку та високу невизначеність умов зовнішнього середовища варто звузити межі оптимізації.

У дисертаційному дослідженні прагнемо сформулювати економіко-

математичну модель, що дозволить встановити умови максимізації доходу від реалізації продукції підприємств птахівництва на зовнішніх ринках збуту. При цьому має виконуватись умова, яка буде балансовою – обсяг реалізації продукції має перевищувати досягнутий рівень, але бути менший виробничої потужності підприємства (3.2).

$$Q_d \leq Q_{ij} \leq Q_{V_p}, \quad (3.2)$$

де  $Q_d$  - досягнутий рівень обсягу реалізації,  $Q_{V_p}$  - максимально можливий обсяг виробництва на існуючих потужностях.

Обсяг реалізації залежатиме від ціни на продукцію, що пропонується на експорт, яка у свою чергу має відповідати умові (3.3):

$$V_s \leq Z_{ij} \leq Z_r, \quad V_s = \sum_{s=1}^k X_s, \quad s = \overline{1, k} \quad (3.3)$$

де  $V_s$  - собівартість реалізації продукції,  $X_s$  - витрати  $s$ -го виду, що включаються у собівартість продукції,  $s = \overline{1, k}$ , де  $k$ -кількість видів витрат,  $Z_r$  - ціна аналогічної продукції на  $j$ -му ринку збуту.

Тобто вона має знаходитись у вартісному інтервалі – собівартість виробництва продукції та ціна аналога на зовнішньому ринку.

Ціна продукції, як відомо складатиметься із собівартості реалізації, витрат на збут та торгівельної націнки (3.4).

$$Z_{ij} = \sum_{i=1}^n \sum_{s=1}^k X_{is} + N, \quad X_{is} = V_s + V_z, \quad N = const \quad (3.4)$$

де  $X_{is}$  - загальні витрати на збут продукції на зовнішніх ринках,  $V_s$  - собівартість реалізації продукції,  $V_z$  - витрати на збут,  $N$  - торгівельна націнка. Припустимо, що торгівельна націнка є для конкретного підприємства сталою величиною.

$$V_z = V_z^t + V_z^c + V_z^m + V_z^a + V_z^l, \quad z = \overline{1, 5}, \quad (3.5)$$

де  $V_z$  - витрати на збут,  $V_z^t$  - витрати на транспортування продукції до відповідного зовнішнього ринку збуту,  $V_z^c$  - витрати на страхування,  $V_z^m$  - мито,  $V_z^a$  - адвалорний коефіцієнт (частка у ціні продукції, що пропонується на

експорт, що залежить від нетарифних заходів регулювання),  $V_z^l$  - інші витрати. Відповідно, якщо:

$$V_z^t = \alpha_r^t \times x_i; \quad V_z^c = \alpha_r^c \times x_i; \quad V_z^m = \alpha_r^m \times x_i; \quad V_z^a = \alpha_r^a \times x_i; \quad V_z^l = \alpha_r^l \times x_i,$$

де  $\alpha_r$  - множник  $r$ -го виду,  $z = \overline{1,5}$  (транспортні витрати; страхування, мито; вплив нетарифних заходів регулювання та інші витрати). Формулу (3.5) можна переписати у такому вигляді (3.6) –

$$V_z = \sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^m \alpha_r \times x_{ij} \quad (3.6)$$

Не дивлячись на те, що нетарифні заходи регулювання мають здатність збільшувати витрати, що включаються до собівартості продукції, що є наслідками намагання виробників мінімізувати їх вплив, ми їх будемо враховувати лише у витратах на збут, а саму собівартість вважатимемо сталою величиною.

$$V_s = const.$$

З метою максимізації обсягу реалізації продукції необхідно, в межах допустимого зменшити ціну реалізації, що можливо за умови мінімізації загальних витрат на збут продукції, у такій ситуації економіко-математична модель матиме дві цільові функції (\*\*).

$$\sum_{i=1}^n \sum_{s=1}^k X_{is} \rightarrow \min \quad (**)$$

Транспортні витрати залежатимуть від відстані та обсягу реалізації, чим більший обсяг тим менший їх вплив на ціну. У будь-якому випадку, їх необхідно нормувати шляхом встановлення граничного розміру, з метою підтримання конкурентоспроможності ціни на зовнішньому ринку. Саме в цій умові полягає взаємозв'язок двох змінних у цільовій функції ціни та обсягу реалізації

$$0 \leq V^t \leq V_n \quad (3.7)$$

де  $V_n$  - граничний обсяг витрат на перевезення.

Враховавши усі попередні умови та обмеження економіко-математична модель оптимізації обсягів реалізації продукції з метою максимізації доходу з

врахуванням впливу нетарифних заходів регулювання матиме вигляд системи рівнянь та нерівностей:

$$\left\{ \begin{array}{l}
 D = \sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^m Q_{i,j} \times Z_{i,j} \rightarrow \max, \quad i = \overline{1, n}, \quad j = \overline{1, m}; \\
 Q_d \leq Q_{ij} \leq Q_{V_p}; \\
 V_s \leq Z_{ij} \leq Z_r, \quad V_s = \sum_{s=1}^k X_s, \quad s = \overline{1, k}, \quad V_s = const; \\
 Z_{ij} = \sum_{i=1}^n \sum_{s=1}^k X_{is} + N, \quad X_{is} = V_s + V_z, \quad N = const; \\
 V_z = \sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^m \alpha_r \times x_{ij}, \quad z = \overline{1, 5}; \\
 V_z^t = \alpha_r^t \times x_i; \quad V_z^c = \alpha_r^c \times x_i; \quad V_z^m = \alpha_r^m \times x_i; \quad V_z^a = \alpha_r^a \times x_i; \quad V_z^l = \alpha_r^l \times x_i; \\
 \sum_{i=1}^n \sum_{s=1}^k X_{is} \rightarrow \min; \\
 0 \leq V^t \leq V_n.
 \end{array} \right. \quad (3.8)$$

де  $D$  – дохід від експорту  $i$ -го виду продукції,  $i = \overline{1, n}$ ,  $n$  – кількість видів продукції згідно асортименту експорту, на  $j$ -му ринку збуту  $j = \overline{1, m}$ ,  $m$  – кількість ринків збуту,  $Q_{i,j}$  – обсяг реалізації  $i$ -го виду продукції на  $j$ -му ринку збуту,  $Z_{i,j}$  – ціна реалізації  $i$ -го виду продукції на  $j$ -му ринку збуту,  $Z_r$  – ціна аналогічної продукції на відповідному  $j$ -му ринку збуту,  $Q_d$  – досягнутий рівень обсягу реалізації,  $Q_{V_p}$  – максимально можливий обсяг виробництва на існуючих потужностях,  $V_s$  – собівартість реалізації продукції,  $X_s$  – витрати  $s$ -го виду, що включаються у собівартість продукції,  $s = \overline{1, k}$ , де  $k$  – кількість видів витрат,  $X_{is}$  – загальні витрати на збут продукції на зовнішніх ринках,  $V_z$  – витрати на збут,  $N$  – торговельна націнка,  $V_z^t$  – витрати на транспортування продукції до відповідного зовнішнього ринку збуту,  $V_z^c$  – витрати на страхування,  $V_z^m$  – мито,  $V_z^a$  – адвалорний коефіцієнт (частка у ціні продукції, що пропонується на експорт, що залежить від нетарифних заходів регулювання),  $V_z^l$  – інші витрати,

$\alpha_r$  - множник  $r$ -го виду,  $z = \overline{1,5}$  (транспортні витрати; страхування, мито; вплив нетарифних заходів регулювання та інші витрати),  $V_n$  - граничний обсяг витрат на перевезення.

Наведена математична модель є задачею лінійного програмування. Її розв'язання доцільно здійснювати з використанням спеціальних прикладних програм на ПЕОМ. Наприклад, підпрограма "Пошук рішення" офісного пакету Microsoft Excel.

Так як цільова функція не містить взаємозалежних факторів, вона може бути проаналізована та використана у системі розвитку зовнішньоекономічної діяльності.

Апробація оптимізаційної моделі здійснювалась на основі звітів відділу збуту та фінансової звітності ТОВ "Тубин" корпорації "Пан Курчак". Вихідні дані для апробації моделі наведено у Дод. Т.

Було встановлено, що максимальний дохід що може бути досягнутий підприємством від експорту, з врахуванням прогнозних планів реалізації продукції птахівництва в межах національного ринку, буде досягнуто внаслідок реалізації 1030 т, і він становитиме приблизно 145000 тис. грн. Графік залежності доходу від експорту від обсягу реалізації наведено на рис. 3.1

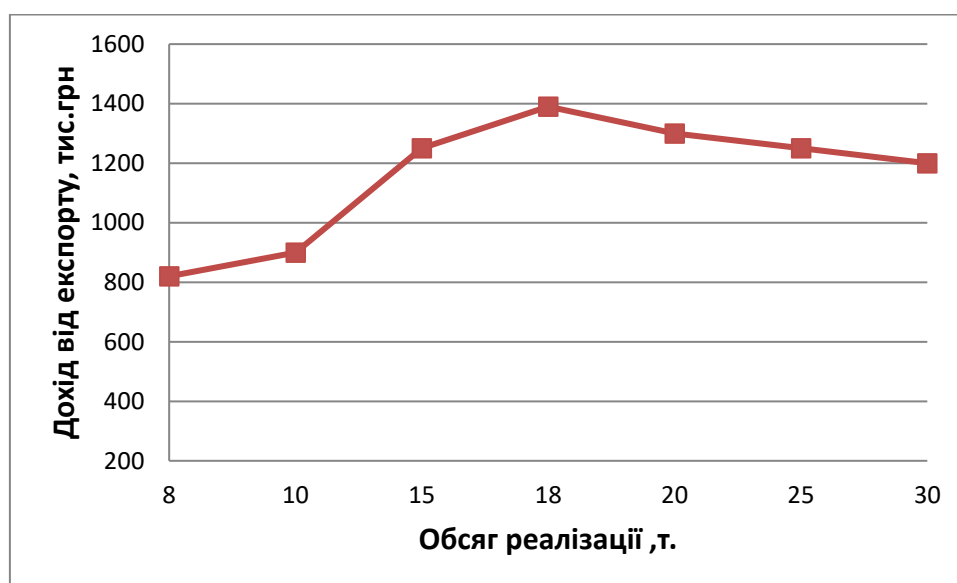


Рис. 3.1 Графік залежності доходів підприємства від обсягів реалізації готової продукції

Примітка: побудовано автором у результаті апробації моделі, як прогноз у порівнянні з 2010-2012 рр.

З рисунку видно, що після досягнення оптимуму, відбувається спад доходності експорту. Це можна пояснити тим, що збільшення реалізації призводить до збільшення витрат на оформлення дозвільних документів внаслідок виходу на нові ринки у межах квоти та безпосередньо збільшенням витрат на перевезення.

З метою оцінювання адекватності цільової функції (3.1) розрахуємо залежності значення оптимального обсягу реалізації готової продукції від величини загальних витрат на збут та ціни і покажемо економічний сенс цих залежностей.

Значення цільової функції (3.1) і оптимального обсягу реалізації готової продукції на експорт прирізних витратах на збут представлено на рисунку 3.2.

З рисунку 3.2 видно, що при зменшенні витрат на збут готової продукції оптимальне значення обсягу реалізації теж зменшується і відповідно зменшується значення цільової функції. Це логічно, оскільки цільова функція являє собою добуток обсягу реалізації на ціну розмір якої залежить від сукупності витрат.

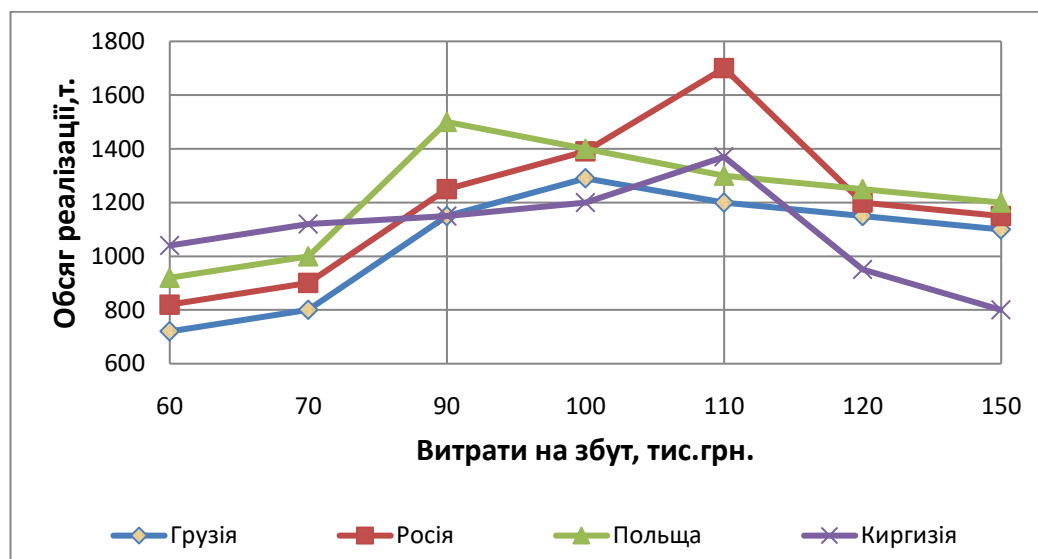


Рис. 3.2 Залежність оптимального обсягу експорту від величини загальних



витрат на збут ( $X_{is}$ )

Значення функції (3.1) і оптимального обсягу реалізації на експорт при різних розмірах ціни представлені на рисунку 3.3.

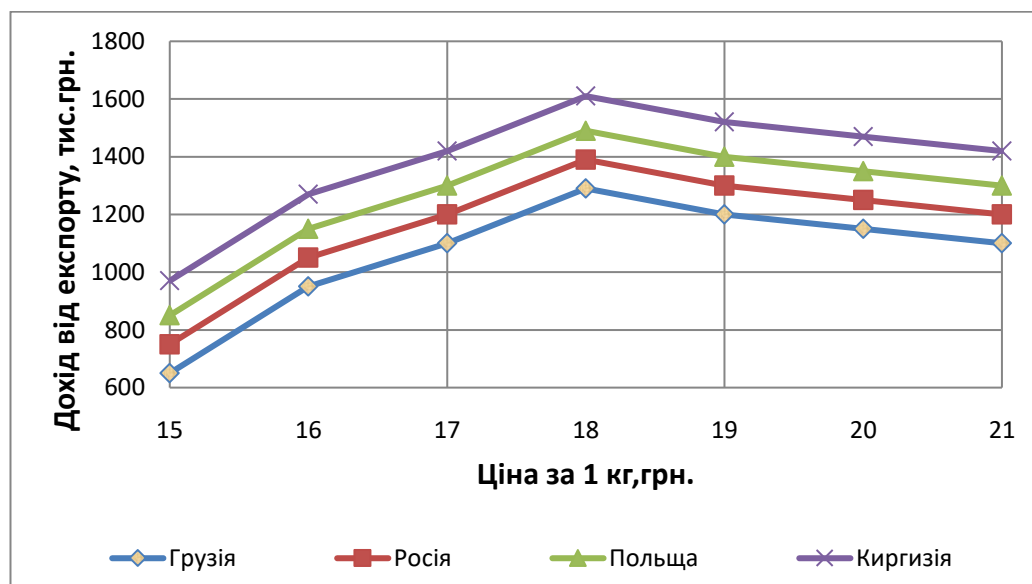


Рис. 3.3 Залежність оптимального обсягу експорту від ціни експорту ( $Z_{i,j}$ )

Примітка: розраховано автором для філе курячого

Можна зробити висновок, що при збільшенні ціни дохід зростатиме значно швидше ніж від зростання обсягу реалізації, але і так само різко спадає. Це можна пояснити тим, що у зв'язку з перенасиченням ринку попит знижується і втримати конкурентну нішу можна лише через зниження ціни.

На підставі проведеного аналізу залежності оптимального обсягу реалізації від параметрів цільової функції можна зробити висновок, що ця функція адекватно відображає дійсність.

Таким чином, розроблено метод розрахунку оптимального обсягів експорту з врахуванням нетарифних заходів регулювання, досягнення якого призведе до максимізації доходу підприємства птахівництва. Плановий обсяг експорту готової продукції птахівництва має бути максимально наближеним до оптимального в межах даних граничних значень.

## **3.2 Розробка методики виявлення впливу нецінових нетарифних заходів регулювання на розвиток зовнішньоекономічної діяльності підприємства**

Якщо прийняти за постулат, що людство керується бажанням збагачення, а держава виступає у якості гаранта, то можна стверджувати, що державні кордони ніколи не будуть закритими для міжнародних торговельних відносин. Якщо розглядати питання зовнішньоекономічної діяльності підприємств, то її ефективність у більшості випадків залежить від того, яка країна є контрагентом. Це пояснюється тим, що всі країни мають різні шляхи історичного розвитку, фінансові та адміністративні системи, розміри запасів природних запасів і т. д. Відповідно, існують ризики не досягнення запланованого результату окремої операції.

Зовнішньоекономічна діяльність суб'єктів господарювання включає в себе як рух товарів, так і потік капіталів між державними та комерційними установами. У результаті чого виникає ряд ризиків, які зачіпають інтереси експортерів, імпортерів та інвесторів [61, 18].

Для експортерів – це ризики пов'язані з ризиком несплати за поставлені товари і надані послуги покупцями за кордоном. З однієї сторони виникають ризики власності, пов'язані зі втратою чи пошкодженням товарів, що перевозяться. З іншої, виникає ризик неплатежів після отримання товару у випадку товарного кредиту. Частина цих ризиків піддаються адекватному оцінюванню і можуть бути застраховані. Крім того, існують ризики, ступінь і ймовірність реалізації яких напряму не залежить від учасників міжнародної торгівлі. Наприклад, це ризик конвертації чи заборони на перевід іноземної валюти в країні покупця. Подібні ризики не підлягають страхуванню.

У випадку імпортних операцій ризики, що підлягають страхуванню виникають у тому випадку, коли імпортер здійснює передоплату за придбані товари ат послуги. До інших відносяться ризик неможливості отримання товару

імпортером у випадку заборони урядом країни-постачальника на експорт цього виду товарів, ризик переводу з країни-постачальника іноземної валюти, що не дає можливість імпортеру повернути аванс.

У звичайних угодах страхування, такі ризики відносяться до форс-мажорних [132, 68]. Подібні ризики отримали в міжнародній практиці загальну назву “політичних ризиків”. Політичний ризик являє собою феномен, оскільки рішення і поведінка осіб, відповідальних за політичні ризики, зазвичай не передбачувальна та мінлива. Цю властивість ризика називають гіпердевіацією (гіпернестійкість) [160, 21].

Політичний ризик – це інтегрований, співвимірний взаємозв’язок політичних, економічних, соціальних, та психологічних факторів, що здатні кардинально змінити економічну ситуацію в країні, що призведе до втрат у сфері торгівлі, кредитування, валютних розрахунків та інших операцій, що здійснюють юридичні та фізичні особи. Парадигма політичного ризику заключається в тому, що його існування у кожен момент часу не може бути визначене. Існування політичного ризику доводиться тим, що об’єктивно ми можемо спостерігати наслідки реалізації цих ризиків, і неможливо заперечувати саму ймовірність його існування у ті чи інші періоди. З іншої сторони, потенційний вплив політичного ризику у будь-який момент часу є неоднаковий. “Політичний ризик існує скрізь та інколи не піддається жодній логіці” [137,12].

Пояснення цій парадигмі полягає в тому, що політичний ризик – це явище якісного стану системи. Причому цей стан постійно змінюється у часі, що викликає зміну самого ризику. Зауважимо, що політичний ризик є сукупністю цілого ряду причин, що мають різні вектори розвитку. Звідси виникає вектор політичного розвитку – напрямок розвитку ситуації та її напруженості.

У межах даного дисертаційного дослідження політичні ризики ми розглядаємо як ймовірність впровадження тих чи інших нетарифних заходів регулювання. Тобто нетарифні заходи і є проявами політичного ризику у тій чи іншій країні.

Політичний ризик може приймати різні форми, починаючи від військових

конфліктів і закінчуючи дрібними адміністративними розпорядженнями, за умови, що ці події напряду зачіпають виконання підписаних контрактів. Перерахуємо нетарифні заходи регулювання, що є проявами певних політичних ризиків, а саме [137, 18]: девальвація / ревальвація валюти; введення ембарго; валютні обмеження, не конвертованість валюти, заборона на переведення грошових коштів; націоналізація, конфіскація, експропріація; призупинення чи неможливість дії ліцензії на імпорт / експорт; революція, додаткові митні на податкові заходи; обмеження зовнішніх фінансових потоків; дискримінація іноземних суб'єктів по відношенню з національними; цінові обмеження; неправомірне розірвання контрактів державними покупцями.

На думку Ламберта [157, 23], політичним ризикам притаманна складності прогнозування та реалізації регресної вимоги до сторони, що винна в отриманні збитків. Аналіз політичних ризиків з метою мінімізації впливу нецінових заходів регулювання вітчизняними підприємствами птахівництва вимагає осмисленого підходу. Прогнозування тої чи іншої події може призвести до різних рішень. Все залежить від того хто і коли проводить подібний аналіз. Більшість значних, чи революційних змін у рамках цілих держав в останні роки абсолютно не могло бути передбачено ніякими методами оцінки. Ця теза підтверджується подіями у межах окремих держав, які на думку учасників ринку не могли бути передбаченими.

Можна навести приклади подій, що спричинили впровадження нетарифних заходів регулювання на рику курятини протягом останніх років. У жовтні 1999 року внаслідок озброєного нападу на парламент Вірменії і розстріл деяких вищих державних чиновників було запроваджено ембарго на курятину з країн СНД у т. ч. України. Яскравим прикладом цього явища протягом останнього періоду часу стала повна заборона ввозу української курятини для частини виробників через використання недозволених добавок у корма на територію Російської Федерації (тривалість попередніх контрактів 5 років). Це відбулось через два дні після виступу президента України щодо планів асоційованої участі у Євросоюзі.

За рахунок значної невизначеності умов зовнішнього середовища виникає необхідність формування особливої системи оцінювання політичних ризиків підприємствами, що планують здійснювати ЗЕД. Можна виділити причини, що ускладнюють цей процес:

- відсутність статистики, що дає можливість здійснити аналіз у ретроспективі;
- оцінка може бути здійснена у якісних показниках, що не можливо пов'язати з розрахунком ймовірнісних збитків підприємства у майбутньому;
- оцінка певної країни партнера за минулими та сьогодишніми макропоказниками, скоріше всього не підійде для прогнозування результатів на майбутнє.

З метою ефективнішого оцінювання політичних ризиків їх доцільно розглядати у розрізі джерел їх виникнення. Ми згрупували основні політичні ризики для підприємств, що здійснюють зовнішньоекономічну діяльність у напрямку експорту та імпорту (див. табл. 3.2).

Таблиця 3.2

Подія	Нетарифний захід регулювання як наслідок політичного ризику	
	Експортер	Імпортер
Револьюція	Перешкоджання проведенню операцій, пошкодження активів унаслідок військових подій, конфіскація активів	
Зміна уряду, політичні конфлікти між країнами партнерами	Ембарго	Перешкоджання проведенню операцій зі сторони органів державної влади
Зміна влади	Відклик ліцензій	Пошкодження активів унаслідок військових дій, заворушень
Війна, політичний безлад, громадянська війна	Втручання у діяльність компанії	Неправомірний відклик ліцензії
	Неплатіж державного чи приватного покупця внаслідок конвертації чи перерахування грошових коштів чи в наслідок державного мораторію на погашення усієї чи частини торговельної заборгованості	Заборона на конвертацію національної валюти, а також на репатріацію активів та товарів
	Неправомірне розірвання контракту державним контрагентом	

	Невиконання судових арбітражних рішень
	Експатріація працівників

Примітка: побудовано автором на основі джерел [157; 68; 138]

Основною проблемою, що виникає у процесі аналізу політичних ризиків суб'єктами господарювання, що планують працювати на міжнародному ринку є відсутність, неточність або відсутність статистики за такими ризиками. Інформація, що володіють страхові компанії є конфіденційною для суб'єктів господарювання. У більшості випадків існуючі оцінки є якісними та не дають інформації про розміри збитків для підприємства.

Більшість існуючих методик оцінки політичних ризиків базуються на факторному аналізі, де до уваги береться значна кількість факторів, що описується рядом показників. Зазвичай підприємство з метою використання таких методик змушене або залучати до цієї роботи значний штат працівників, або найняти консалтингові підприємства, що тягне за собою значні витрати.

Існує дві найвідоміші методики, що полягають у розрахунку певних індексів. Використання першої методики полягає у розрахунку індексу WPRF (World Political Risk Forecasts) [137], він публікується агентством Frost & Sullivan і є результатом аналізу параметрів ризику. Окремі показники агрегуються і кожній країні присвоюється індекс ризику. Інша полягає у визначення індексу BERI (Business Environment Risk Index), що дозволяє виміряти відношення країни до ділового світу в загальному і до іноземних інвестицій в цілому, а також вирахувати ступінь дискримінації між національними та іноземними учасниками ринку. Основними джерелами інформації для подібних розрахунків є експертні оцінювання.

Використовуючи одночасно обидва індекси, можна досягнути більшої точності в оцінці ризику, оскільки вони доповнюють один одного [61]. Такий підхід дозволяє підприємствам скласти загальний, глобальний погляд на країну, що досліджується.

Але навіть комплексна методика матиме недоліки. Основними можна вважати такі:

1. Серед великої кількості критеріїв є ті, що є ті що найбільш істотно впливають на ризик, але їх вплив мінімізується за рахунок інших.

2. Вибір критеріїв є завжди суб'єктивним.

3. У наведених методиках усі фактори мають однакову вагу.

Перевагами використання результатів таких розрахунків є те, що вони базуються на використанні інформації, що доступна лише провідним компаніям та фінансовим структурам світу, відповідно доступ до неї вітчизняним підприємствам обмежений.

Внаслідок виходу за межі національного ринку, підприємства птахівництва мають власний досвід перебування на кожному конкретному і можуть самостійно оцінити ризики, що на них існують.

У процесі аналізу зовнішнього середовища, з метою прийняття рішення про вихід на певний конкретний ринок, крім власного досвіду та досвіду вітчизняних конкурентів, партнерів, доцільно враховувати внутрішні елементи аналізу, а саме:

- причини проведення такої операції;
- особливості тексту контракту;
- якість та репутація іноземного контрагента;
- способи фінансування і порядок оплати;
- наявність забезпечення та гарантій;
- важливість такої операції для країни контрагента;
- досвід роботи з контрагентами цієї країни.

Ми вважаємо за доцільне використання методики, що об'єднає результати використання відомих методик та експертне оцінювання політичних ризиків на потенційних ринках збуту самими підприємствами птахівництва. Вона дозволить здійснити класифікацію потенційних ринків збуту за ступенем політичного ризику.

У межах даного дисертаційного дослідження замість індексу WPRF ми пропонуємо використовувати індекс NSE (Nord-Sud Export Consultants), у зв'язку з більшою його доступністю.

До експертного оцінювання було залучено спеціалісти аналітики Союзу птахівництва України та керівники відділів збуту підприємств західних областей України (див. дод. Ц). Всього прийняло участь сім експертів. В анкету було включено всі країни, які на нашу думку можуть бути потенційними ринками збуту для вітчизняних виробників м'яса птиці (див. дод. Ч). Критеріями оцінки були такі параметри:

- рівень сприйняття торгівельних угод на мікрорівні;
- рівень сприяння взаємозв'язку зі сторони країни-партнера;
- рівень сприйняття продукції іноземного походження;
- рівень сприйняття України як партнера;
- рівень мінливості відношення до України як партнера;
- схильність політики та політиків країни-партнера до військових дій.

У результаті ми отримали бальну оцінку для кожної країни. Експерти використовували такі бали: 1 (низький рівень), 3 (середній), 5 (високий) балів. За критерієм «схильність .... до військових дій» навпаки країні з найвищою схильністю ставилась оцінка 1, середньою відповідно - 3, найнижчою 5. Для розрахунку бралась середня оцінка країни кожним експертом за всіма параметрами. Вихідні дані для розрахунку наведені у дод. Ш.

Розрахунок здійснюватимемо у такій послідовності (див. табл. 3.3):

1. Визначимо суму рангів за кожною країною, потенційним ринком збуту  $R_i$  за формулою:

$$R_i = \sum_{j=1}^n r_{ij}, \quad (3.10)$$

де  $r_{ij}$  - ранг  $i$ -ї країни на думку  $j$ -го експерта;  $N$ - кількість експертів.

2. Розрахуємо середньозважену суму рангів:

$$R_{сep} = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n R_i, \quad (3.11)$$

де  $n$  – кількість потенційних ринків збуту ( $n=20$ ). Тоді отримуємо

$$R_{сep} = \frac{1}{20} \times 383,82 = 19,19$$



3. Визначаємо відхилення  $\Delta_i$  суми рангів кожного показника  $R_i$  від середньозваженої суми  $R_{сеп}$

$$\Delta_i = R_i - R_{сеп} \quad (3.12)$$

При цьому сума відхилень за всіма показниками повинна дорівнювати 0

$$\left(\sum_{i=1}^n \Delta_i = 0\right).$$

4. Розраховуємо квадрат відхилення для кожного показника та їх суму.

Таблиця 3.3

Вихідні дані для розрахунку

Назва показника	Вихідні дані							Результати розрахунку		
	Ранги показників на думку експертів							$R_i$	$\Delta_i$	$\Delta_i^2$
	I	II	III	IV	V	VI	VII			
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Естонія	3,00	3,33	4,00	3,33	3,33	3,00	3,67	23,66	4,47	19,98
Латвія	3,33	3,33	4,33	3,00	3,00	3,67	3,67	24,33	5,14	26,42
Литва	3,33	3,33	4,33	4,33	3,33	3,33	3,33	25,31	6,12	37,45
Білорусь	2,67	3,33	2,00	2,33	2,67	2,67	3,00	18,67	-0,52	0,27
Молдова	3,00	2,67	2,00	2,33	2,33	2,67	2,67	17,67	-1,52	2,31
Польща	4,67	2,83	3,33	3,67	4,00	3,33	2,67	24,5	5,31	28,20
Словенія	4,00	2,33	3,33	2,67	3,33	2,67	2,33	20,66	1,47	2,16
Румунія	2,67	2,67	2,33	2,67	1,67	2,67	3,00	17,68	-1,51	2,28
Німеччина	3,00	2,33	1,67	3,33	3,67	2,00	3,17	18,17	-1,02	1,04
Туреччина	3,83	2,67	2,00	3,67	3,00	2,67	2,00	19,84	0,65	0,42
Греція	2,83	2,33	1,67	2,33	1,33	1,67	2,00	14,16	-5,03	25,30
Італія	2,00	2,33	1,67	2,33	2,00	2,33	2,33	14,99	-4,2	17,64
Киргистан	2,83	3,00	3,33	3,67	2,33	2,33	3,00	20,49	1,3	1,69
Казахстан	3,00	3,17	2,33	3,00	3,00	2,67	2,33	19,50	0,31	0,10
Російська Федерація	2,00	2,33	2,67	3,67	3,00	2,67	2,67	19,01	-0,18	0,03
Хашимітське Королівство Йорданія	2,00	1,67	3,00	3,00	2,00	2,00	2,17	15,84	-3,35	11,22
Ізраїль	2,33	2,33	2,33	3,33	1,67	2,67	2,67	17,33	-1,86	3,46
ОАЕ	3,00	2,33	2,33	3,00	2,67	2,67	3,00	19,00	-0,19	0,04
Грузія	3,00	2,67	2,33	2,33	2,67	1,67	3,00	17,67	-1,52	2,31
Вірменія	2,67	2,00	2,33	2,17	2,33	1,67	2,17	15,34	-3,85	14,82
Разом								383,82	0	197,14

Примітка: сформовано та розраховано автором

5. Коефіцієнт узгодженості поглядів експертів ( $W$ ) визначаємо за

формулою (3.13) [166, 310],

$$W = \frac{2n \sum_{i=1}^n \Delta_i^2}{N^2 \times (n^3 - n)}, \quad (3.13)$$

У разі повної узгодженості поглядів експертів коефіцієнт  $W = W_{\max} = 1$ . Чим більше розбіжностей у думках експертів, тим меншою буде величина  $W$ . У нашому випадку  $W=0,724$ , що більше нормативного значення  $0,7$ . Тому результатами експертизи можна користуватись. Якби значення коефіцієнта було меншим нормативного значення, то варто було б повторити ранжування показників, залучивши до цього більшу кількість експертів.

6. Виявивши попарно пріоритети показників та здійснивши кількісну оцінку пріоритету. У випадку, коли всі експерти надали перевагу певному показнику, то йому виставляється оціна  $0,75$ , а другому відповідно –  $0,25$  ( $1 - 0,75$ ) (див. табл. 3.4). Розрахуємо коефіцієнт важливості, що, у нашому випадку і буде політичним ризиком країни  $\alpha_i$

$$\alpha_i = \frac{\sum_{i=1}^{n-1} x_i}{\sum_{i=1}^n \sum_{i=1}^{n-1} x_i}, \quad (3.14)$$

де  $\alpha_i$  - ймовірність виникнення політичного ризику.

З метою встановлення нової класифікації країн за ступенем політичного ризику ми звели значення усіх використовуваних індексів до однієї форми. Максимальне значення індексу BERI –  $100$  – балів для найменшого ризику, для NSE –  $700$  балів (для найменшого ризику) та результат власного експортного оцінювання становитиме максимально  $100$  балів (для найменшого ризику). З метою можливості сумування цих показників, пропонуємо значення індексу NSE поділити на  $7$ . Відповідно результати експортного оцінювання переведемо у десяткову систему числення – помножимо на  $1000$ .

Таблиця 3.4

Матриця визначення коефіцієнтів важливості  $\alpha_i$ 

	$x_1$	$x_2$	$x_3$	$x_4$	$x_5$	$x_6$	$x_7$	$x_8$	$x_9$	$x_{10}$	$x_{11}$	$x_{12}$	$x_{13}$	$x_{14}$	$x_{15}$	$x_{16}$	$x_{17}$	$x_{18}$	$x_{19}$	$x_{20}$	$\sum_{i=1}^{n-1} x_i$	$\alpha_i$	
$x_1$	-	0,75	0,25	0,75	0,75	0,25	0,75	0,75	0,75	0,25	0,25	0,25	0,75	0,25	0,75	0,75	0,25	0,75	0,25	0,25	0,25	10,25	0,063
$x_2$	0,25	-	0,75	0,75	0,25	0,75	0,75	0,25	0,75	0,25	0,75	0,75	0,75	0,25	0,75	0,25	0,25	0,75	0,25	0,75	0,25	10,75	0,062
$x_3$	0,75	0,25	-	0,75	0,75	0,25	0,75	0,75	0,75	0,75	0,75	0,25	0,75	0,75	0,25	0,25	0,75	0,75	0,75	0,25	0,25	11,25	0,069
$x_4$	0,25	0,75	0,25	-	0,75	0,75	0,25	0,25	0,25	0,25	0,75	0,25	0,25	0,75	0,25	0,25	0,25	0,75	0,25	0,25	0,25	7,75	0,048
$x_5$	0,25	0,75	0,25	0,25	-	0,25	0,75	0,25	0,25	0,75	0,25	0,25	0,25	0,25	0,25	0,75	0,25	0,25	0,25	0,25	0,25	7,25	0,045
$x_6$	0,25	0,75	0,75	0,25	0,75	-	0,75	0,75	0,75	0,25	0,75	0,75	0,25	0,75	0,75	0,75	0,25	0,75	0,75	0,75	0,75	11,75	0,072
$x_7$	0,75	0,75	0,75	0,75	0,25	0,25	-	0,75	0,25	0,75	0,25	0,75	0,75	0,25	0,75	0,25	0,25	0,75	0,75	0,25	0,25	9,75	0,060
$x_8$	0,75	0,25	0,25	0,75	0,25	0,25	0,25	-	0,75	0,25	0,25	0,25	0,25	0,25	0,75	0,25	0,25	0,25	0,25	0,25	0,25	6,75	0,042
$x_9$	0,25	0,25	0,75	0,75	0,25	0,25	0,25	0,25	-	0,25	0,25	0,25	0,25	0,75	0,25	0,25	0,25	0,25	0,25	0,25	0,25	7,75	0,048
$x_{10}$	0,25	0,75	0,25	0,75	0,75	0,25	0,25	0,75	0,25	-	0,75	0,75	0,25	0,75	0,25	0,25	0,25	0,25	0,25	0,25	0,75	8,75	0,054
$x_{11}$	0,25	0,25	0,25	0,25	0,25	0,25	0,75	0,25	0,25	0,25	-	0,25	0,25	0,25	0,25	0,25	0,25	0,25	0,25	0,25	0,25	5,25	0,032
$x_{12}$	0,25	0,25	0,25	0,25	0,25	0,25	0,25	0,25	0,25	0,25	0,75	-	0,25	0,25	0,25	0,25	0,25	0,25	0,25	0,25	0,25	5,25	0,032
$x_{13}$	0,25	0,75	0,25	0,75	0,25	0,75	0,75	0,25	0,25	0,75	0,25	0,25	-	0,75	0,25	0,75	0,25	0,25	0,75	0,75	0,75	9,25	0,056
$x_{14}$	0,75	0,25	0,75	0,25	0,25	0,75	0,25	0,25	0,25	0,25	0,25	0,75	0,75	-	0,25	0,25	0,75	0,25	0,25	0,25	0,75	8,75	0,054
$x_{15}$	0,25	0,75	0,25	0,75	0,25	0,25	0,25	0,25	0,75	0,75	0,25	0,25	0,25	0,75	-	0,25	0,25	0,75	0,75	0,25	0,25	8,25	0,051
$x_{16}$	0,25	0,25	0,25	0,25	0,75	0,25	0,25	0,25	0,25	0,25	0,25	0,75	0,25	0,25	0,25	-	0,25	0,25	0,25	0,25	0,25	5,75	0,035
$x_{17}$	0,25	0,75	0,25	0,25	0,25	0,75	0,25	0,25	0,75	0,25	0,25	0,25	0,25	0,25	0,25	0,25	-	0,75	0,25	0,25	0,25	6,75	0,042
$x_{18}$	0,75	0,75	0,25	0,25	0,75	0,25	0,25	0,25	0,25	0,75	0,25	0,25	0,25	0,75	0,75	0,25	0,25	-	0,75	0,25	0,25	8,25	0,051
$x_{19}$	0,75	0,25	0,25	0,25	0,25	0,75	0,25	0,25	0,25	0,25	0,25	0,25	0,25	0,75	0,25	0,25	0,25	0,75	-	0,25	0,25	7,25	0,045
$x_{20}$	0,25	0,25	0,75	0,25	0,25	0,25	0,25	0,25	0,25	0,25	0,25	0,25	0,25	0,75	0,25	0,25	0,25	0,25	0,25	0,25	-	5,75	0,035
$\sum_{i=1}^n (\sum_{i=1}^{n-1} x_i) \rightarrow$																					162,5	1,00	

Кінцева оцінка кожної країни розраховуватиметься за формулою:

$$I_p = \frac{I_{BERI} + I_{NSE} / 7 + I_{EXP}}{3} \div 100 , \quad (3.9)$$

де  $I_p$  - індекс політичного ризику,  $I_{BERI}$  - індекс BERI,  $I_{NSE}$  - індекс NSE,  $I_{EXP}$  - індекс розрахований в результаті експертного оцінювання.

Результати розрахунків наведено у таблиці 3.5. Чим більше розраховане значення тим менший політичний ризик на відповідному ринку збуту.

Таблиця 3.5

Результати розрахунку політичного ризику на потенційних ринках збуту продукції птахівництва

Потенційна країна збуту	Значення індексу BERI	Значення індексу NSE ( $I_{NSE} / 7$ )	Значення політичного ризику згідно експертного оцінювання	Політичний ризик
Естонія	55	57	63	58,3
Латвія	56	61	62	59,7
Литва	54	59	69	60,7
Білорусь	32	36	48	38,7
Молдова	38	39	45	40,7
Польща	52	64	72	62,7
Словенія	55	67	60	60,1
Румунія	54	62	42	47,3
Німеччина	61	89	48	66,0
Туреччина	56	62	54	57,3
Греція	56	60	32	49,3
Італія	62	68	32	54,0
Киргистан	36	44	56	45,3
Казахстан	35	48	54	45,7
Російська Федерація	39	52	51	47,3
Хашимітське Королівство Йорданія	48	62	35	49,0
Ізраїль	46	60	42	49,3
ОАЕ	51	64	51	55,3
Грузія	50	58	45	51,0
Вірменія	46	42	35	41,0

Примітка : розраховано автором на основі експертного оцінювання та джерел [139; 143]

Як бачимо, найвищий політичний ризик, що може призвести до

впровадження нетарифних заходів регулювання для підприємств птахівництва існує на ринках Білорусь (38,7), Молдови (40,7), Вірменії (41,0), Киргистан (45,3), Казахстан (45,7), Румунія (47,3), Російська Федерація (47,3). Відповідно помірним можна вважати політичний ризик на ринках – Йорданії (49,0), Ізраїлю (49,3), Греції (49,3), Грузія (51), Італії (54,0), ОАЕ (55,3), Туреччини (57,3). Найнижча ймовірність впровадження для вітчизняної продукції птахівництва політичних нетарифних заходів регулювання існує на ринках – Естонії (58,3), Латвії (59,7), Литва (60,7), Словенії (60,1), Польщі (62,7), Німеччина (66,0). Таким чином найсприятливіші умови з точки зору втручання політики на ринку Німеччини, найгірші – Білорусії.

Ми сформували карту зовнішнього середовища для вітчизняних підприємств птахівництва із зазначенням рівня політичного ризику (див рис. 3.4). Ця карта дозволить управлінцю, прийняти об'єктивне рішення, щодо виходу на зовнішній ринок.

У процесі стратегічного планування розвитку ЗЕД суб'єктами господарювання варто враховувати політичний ризик як ймовірність впровадження нетарифних заходів регулювання на відповідних ринках, що у свою чергу знизить ймовірності понесення збитків та втрат.

### **3.3 Формування матриці стратегічних наборів для забезпечення розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємства**

Вихід підприємств на зовнішні ринки є тривалим еволюційним процесом. Метою розвитку зовнішньоекономічної діяльності є максимізація прибутку за рахунок використання ефекту масштабу. У межах дисертаційного дослідження ми не одноразово наголошували на факторах, що уповільнюють процес досягнення мети та призводять до підвищення невизначеності умов зовнішнього середовища і критичного рівня ризику неотримання прибутку та значного обсягу втрат.

З метою мінімізації впливу дестабілізаторів, у тому числі нетарифних

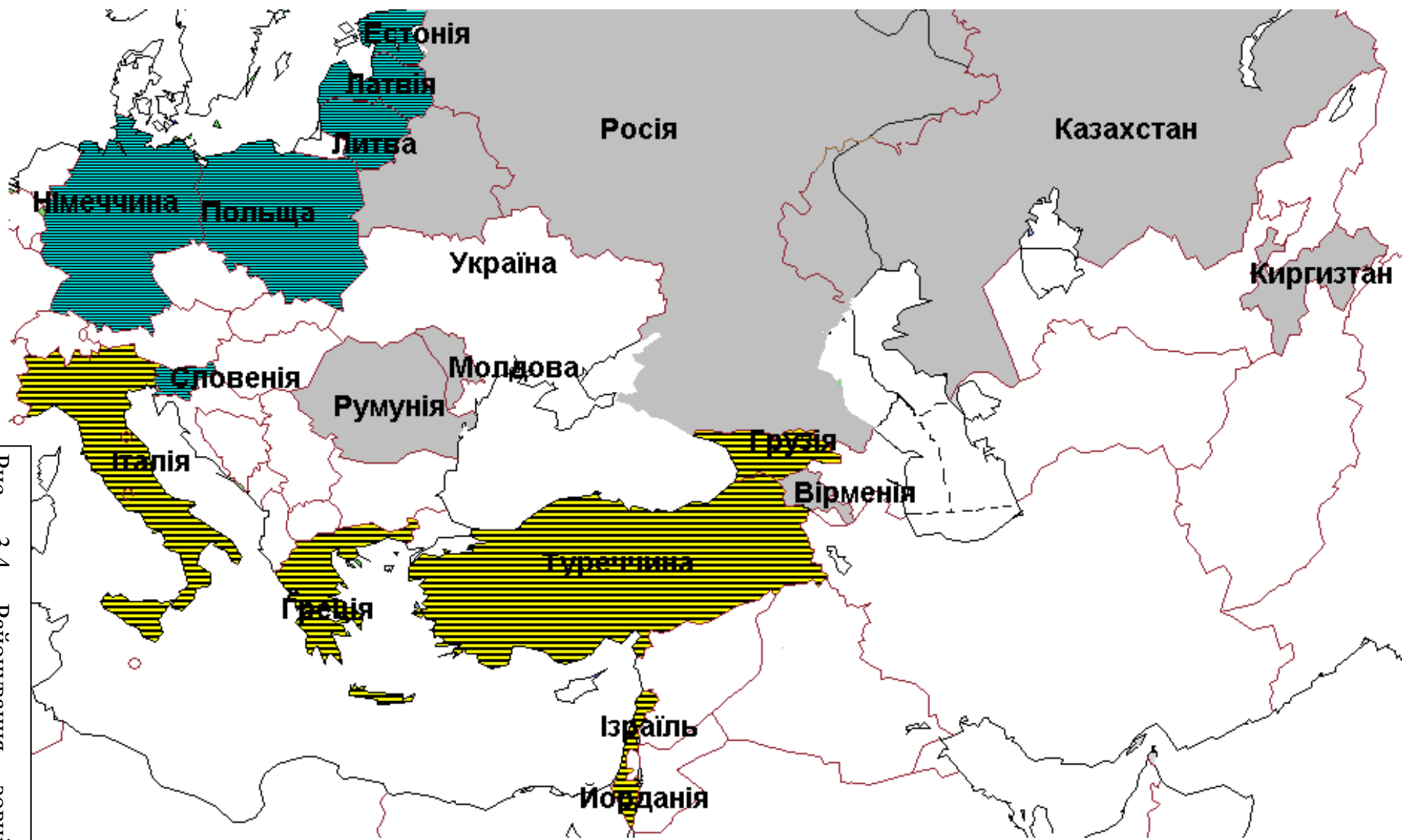


Рис. 3.4 Районування зовнішнього середовища підприємств птахівництва за політичним ризиком

заходів регулювання підприємству варто оцінювати нетарифні заходи регулювання на різних етапах розвитку зовнішньоекономічної діяльності та впровадження стратегії, що обрало для себе підприємство для виходу на зовнішній ринок. Як вже зазначалось, системний підхід до вирішення поставленого завдання має бути на рівнях підприємство, національний ринок, міжнародний ринок, що дасть можливість більш ефективно здійснювати ЗЕД. У цьому випадку підприємство, з одного боку, є суб'єктом мікрорівня, а з іншого – є основою або першоджерелом здійснення ЗЕД.

Дідківський М. І. виділив основні етапи доступу на закордонні ринки [45, 153]. Перерахуємо переваги та загрози, що виникатимуть на кожному з етапів.

1. Етап пробного експорту. Просування пробних партій товару за межі національного ринку. За умови успіху підприємство намагається повторити ці спроби на іншому ринку. При цьому виникають великі витрати на збут, оскільки умови різних зовнішніх середовищ дуже відрізняються; висока ймовірність втрати товарів через порушення технічних перешкод по маркуванні товарів, невідповідності стандартів якості.

2. Етап екстенсивного експорту. Відбувається охоплення незначної кількості ринків без їх сегментації. Переваги цього етапу полягають в тому, що пропонуючи невеликий асортимент продукції підприємство вже обізнане із вимогами ринку, частину витрат вже здійснено і не будуть повторюватись у майбутньому. Ризики можуть виникати лише за умови погіршення економічної ситуації на зовнішньому ринку, що призведе до квотування імпорту у певній країні, що може поставити під загрозу перебування на ньому.

3. Етап інтенсивного експорту. Відбувається обмеження асортименту найбільш вигідною продукцією на кожному з ринків із використанням методів активного маркетингу. Це етап найбільшого розвитку закордонної мережі, коли присутня тенденція до зростання обсягів збуту або досягаються максимальні планові обсяги реалізації. На цьому етапі особливо важлива міжнародна співпраця між власною країною та країною партнером та забезпечення політичної стабільності. Цінові нетарифні заходи регулювання майже

анулюються через ефект масштабу.

4. Етап експортного маркетингу. Відбувається розвиток за рахунок інтенсивності двосторонніх відносин. Підприємство має свою сформовану конкурентну нішу. Подальше зростання на ринку можливе за цілковитої відповідності продукції на усіх етапах виробництва.

5. Етапи міжнародного та глобального маркетингу. На цих етапах міжнародні ринки стають домінуючими та підприємство вже не орієнтується на національний ринок. Саме тоді, на нашу думку, виникають переваги для національного ринку, оскільки продукція, що залишається в межах власної країни може пропонуватись за більш низькими цінами, тому що прибуток досягається за рахунок обсягу, що створюватиме додаткову конкуренцію як за ціновими так і за якісними характеристиками для національних виробників.

Усі перераховані етапи зі своїми особливостями, для вітчизняних підприємств птахівництва, на нашу думку можуть виступати окремими стратегіями зовнішньоекономічної діяльності. За умови використання спільної підприємницької діяльності з використанням стратегій пробного експорту та екстенсивного експорту відбуватиметься мінімізація впливу дестабілізуючих факторів через поінформованість партнерів про умови зовнішнього середовища, що сприятиме зниженню витрат на вивчення зовнішнього ринку та вчасне врахування витрат у ціні товарів на врегулювання нетарифних заходів. Стратегія прямого інвестування можлива лише для великих підприємств або їх об'єднань, оскільки потребує великого вкладення капіталу для відкриття власних філій. Але вона може бути достатньо ризикованою, оскільки через недосконале вивчення попиту може бути недооцінена ситуація і витрати на укріплення позицій на зовнішньому ринку.

Врахувавши усі попередні дослідження, а саме оцінку цінових та нецінових нетарифних заходів регулювання на потенційних ринках збуту та економічний потенціал підприємств птахівництва ми створили карту використання стратегій.

За для виконання цього завдання було встановлено позицію підприємства



на національному ринку досліджуваних підприємств птахівництва (див. табл. 3.6). У результаті чого було визначено, що сильну позицію мають такі підприємства, як: АТЗТ “Миронівський хлібопродукт” ТМ “Наша Ряба”, ТзОВ “Птахокомплекс “Губин” ТМ “Пан Курчак”, ПрАТ “Комплекс Агромарс” ТМ “Гаврилівські курчата”. Середню позицію займають - ТОВ “РУБІ РОЗ АГРІКОЛ Ко ЛТД”, ПАТ “Володимир – Волинська Птахофабрика” ТМ “Курка Чеботурка”. Відповідно слабку – ПАТ “Птахокомбінат Дніпровський” ТОВ “Ланд гут Україна”, ТОВ “Агроукрптаха”, ПрАТ Птахокомплекс Березнівський та фермерські господарства.

Що стосується систематизації потенційних ринків збуту для вітчизняної продукції птахівництва, то можна прийти до певних висновків.

1. Результати розрахунку впливу цінових нетарифних заходів регулювання через визначення адвалерних коефіцієнтів показали, що їх вплив на усіх без винятку ринках має приблизно однакове значення, тому цей фактор не може бути вирішальним при групуванні потенційних ринків збуту.

2. Якщо врахувати дослідження залежності обсягу імпорту на потенційних ринках збуту від ціни продукції птахівництва, то можна стверджувати, що на ринкам ЄС притаманна низька залежність, ринкам країн СНД – середня, азіатським – близька до середньої, але саме на цих ринках і внутрішня ціна за продукцію птахівництва значно вища ніж на інших тому однозначно збут продукції на цих ринках буде економічно обґрунтованим.

3. За політичним ризиком у якості нецінових нетарифних заходів регулювання, групи будуть дещо відрізнятись, а саме до найризикованіших країн відносяться країни СНД, до другої групи потрапляють країни азії та деякі країни ЄС і відповідно до країн з найменшим ризиком відноситься більша частина країн ЄС досліджуваної групи.

Таблиця 3.6

## Визначення позиції підприємств птахівництва на національному ринку

Назва підприємства	Оцінка показника				
	Частка ринку м'яса птиці, (%)	Конкурентна позиція на ринку <sup>2</sup>	Конкурентоспроможність готової продукції в межах національного ринку	Частка використання потужностей, (%) <sub>3</sub>	Середня оцінка
АТЗТ «Миронівський хлібопродукт» ТМ «Наша Ряба»	(34,6) 3	3	3	(74) 2	3
ЗАТ «Птахокомбінат Дніпровський»	(6,1) 2	1	1	(52) 2	1,5
ВАТ «Володимир – Волинська Птахофабрика» ТМ «Курка Чеботурка»	(2,7) 1	2	2	(62) 2	1,8
ЗАТ «Комплекс Агромарс» ТМ «Гаврилівські курчата»	(19,6) 3	2	2	(72) 2	2,3
ТОВ «РУБІ РОЗ АГРІКОЛ Ко ЛТД»	(4,6) 2	1	1	(38) 3	2,0
ТОВ «Ланд гут Україна»	(2,0) 1	1	1	(39) 3	1,5
ТОВ «Агроукрптаха»	(1,2) 1	1	1	(44) 3	1,5
ТзОВ «Птахокомплекс «Губин» ТМ «Пан Курчак»	(1,4) 1	3	3	(42) 3	2,5
ПрАТ Птахокомплекс Березнівський	(1,2) 1	1	1	(52) 2	1,3
Інші підприємства <sup>1</sup>	(26,6) 3	1	1	(80) 1	1,3

Примітка <sup>1</sup>: до цієї групи підприємств відносяться малі фермерські господарства та індивідуальні сільськогосподарські

Примітка <sup>2</sup>: для показників конкурентна позиція на ринку та конкурентоспроможність готової продукції оцінка здійснювалась за шкалою – найвища позиція 3 бали, середня – 2, найнижча – 1 бал. Розраховано автором у § 2.1 дисертаційного дослідження

Примітка <sup>3</sup>: Найвищий бал ставився підприємство з більшим невикористаним потенціалом: до 50 % - 3, до 75 – 2, більше 75 – 1.

Тобто пріоритетним для розподілу ми обираємо саме вплив нецінових засобів регулювання. Назвемо їх ринками з оптимальними умовами здійснення ЗЕД, сприятливими умовами та несприятливими умовами. Виходячи з цього зобразимо матрицю використання стратегій (див. табл. 3.7).

Стратегія міжнародного та глобального маркетингу на нашу думку в сьогоdnішніх реаліях є невиконанною для вітчизняних підприємств птахівництва, оскільки вони ще не досягли належного розвитку.

Таблиця 3.7

Матриця стратегічних наборів для зовнішньоекономічної діяльності

Категорії потенційних ринків → вітчизняних підприємств птахівництва ↓	Потенційні ринки збуту з оптимальними умовами здійснення зовнішньоекономічної діяльності	Потенційні ринки збуту з сприятливими умовами здійснення зовнішньоекономічної діяльності	Потенційні ринки збуту з несприятливими умовами здійснення зовнішньоекономічної діяльності
	Стратегія зовнішньоекономічної діяльності, що пропонується		
Підприємства з сильною позицією на національному ринку	Стратегія зовнішнього інвестування	Стратегія інтенсивного експорту	Стратегія екстенсивного експорту
Підприємства з середньою позицією на національному ринку	Стратегія експортного маркетингу	Стратегії інтенсивного або екстенсивного експорту	Стратегія пробного експорту
Підприємства з слабкою позицією на національному ринку	Стратегії інтенсивного експорту	Стратегія пробного експорту	-

Примітка: Розроблено автором

Примітка: у процесі дослідження було прийняте припущення, що підприємства перших двох категорій вже мають досвід роботи на зовнішніх ринках

Стратегія зовнішньоекономічної діяльності підприємства є лише частиною генеральної стратегії будь-якого підприємства птахівництва. Але в її межах можуть бути враховані та мінімізовані фактори, такі як нетарифні заходи регулювання, що не є об'єктами аналізу в інших функціональних стратегіях.

Саме цей факт дасть можливість ефективному розвитку підприємства в цілому та зовнішньоекономічної діяльності зокрема.

## ВИСНОВКИ

У монографії наведено теоретичне узагальнення та нове вирішення наукового завдання – розроблення теоретичних положень та прикладних рекомендацій щодо удосконалення систематизації процесу розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємств птахівництва в умовах нетарифного регулювання, зокрема:

1. Забезпечення розвитку зовнішньоекономічної діяльності суб'єкта господарювання відбувається на різних рівнях управління. Обґрунтовано доцільність та необхідність використання системного підходу для забезпечення цього процесу. Встановлено, система розвитку зовнішньоекономічної діяльності включає сукупність взаємопов'язаних елементів, що гармонізують управління на державному та міждержавних рівнях, та забезпечують підтримку й захист національного виробника та розширення міжнародної співпраці. Використання такого підходу забезпечує інтегроване управління.

2. Уточнено, сутнісні характеристики поняття нетарифні заходи регулювання, з точки зору мікрорівня, як сукупність заходів, які супроводжуються відкритим чи прихованим негативним впливом на товарні потоки суб'єкта господарювання, як у внутрішній так і зовнішній торгівлі господарювання, як у внутрішній так і зовнішній торгівлі. Встановлено, що для підприємств птахівництва, слід враховувати при виборі потенційних ринків збуту та імпорту продукції птахівництва й компонентів до кормів. Усвідомлення сутності та значення нетарифного регулювання менеджерами зовнішньоекономічної діяльності підвищить ефективність аналізування зовнішнього середовища підприємства.

3. Систематизовано існуючі підходи до класифікації нетарифних заходів регулювання та запропоновано їх групування залежно від потреб підприємства. А саме на етапі аналізу зовнішнього середовища необхідно розподіляти нетарифні заходи регулювання за мотивацією їх впровадження, (засоби для контролю об'ємів та ціни імпорту, заходи пов'язані із підтримкою вітчизняного

виробника, заходи стимулювання експорту), у процесі аналізу потенційних можливостей підприємства (аналіз внутрішнього середовища) – розподіляти за характером їх впливу на ціну продукції, що пропонується для продажу (цінові та нецінові). Це дасть можливість менеджерам зі збуту не тільки більш ефективно оцінювати умови зовнішнього та внутрішнього середовища підприємством, але і прогнозувати їх застосування урядами, у зв'язку із зміною ринкової ситуації.

4. Доведено, що аналіз економічного потенціалу підприємства до зовнішньоекономічної діяльності варто здійснювати у декілька етапів – аналіз динаміки обсягів виробництва та реалізації м'яса птиці; оцінка конкурентоспроможності вітчизняних підприємств птахівництва; оцінювання конкурентоспроможності продукції птахівництва; аналіз стану та тенденцій зовнішньоекономічної діяльності підприємств птахівництва; аналіз балансу м'яса та м'ясних продуктів на внутрішньому та зовнішньому ринку. Запропонована методика дасть можливість керівникам планово-економічних відділів отримати комплексну оцінку стану та потенційних можливостей підприємства для розвитку ЗЕД.

5. За допомогою наведеної методики виявлення потенційних ринків збуту для вітчизняної продукції птахівництва на основі використання методу індикаторів купівельної спроможності було встановлено, що найбільш потенційними можна вважати такі, як: Молдова, Польща, Туреччина, Російська Федерація, Казахстан, Ізраїль, ОАЕ.

6. Запропоновані методичні рекомендації оцінки нетарифних заходів регулювання на основі адаптованої економетричної моделі попиту на імпортні товари на відповідному потенційному ринку збуту включають такі етапи: встановлення існування впливу нецінових нетарифних бар'єрів на об'єми імпорту; побудова та оцінювання економетричної моделі попиту на імпортні товари, враховуючи вплив нетарифних заходів регулювання зовнішньої торгівлі; розрахунок адвалерних коефіцієнтів як частки нетарифних заходів регулювання у ціні імпорту. Значення адвалерних коефіцієнтів дадуть

можливість економістам та менеджерам сформувати адекватну ціну на продукцію птахівництва, що пропонується на експорт.

7. Розроблена методика оптимізації зовнішньоекономічної діяльності на основі економіко-математичного моделювання. Завдання розвитку зовнішньоекономічної діяльності виконується за рахунок оптимізації обсягу експорту та встановлення найсприятливішої ціни. Використання моделі при формуванні стратегічних планів сприятиме ефективнішому їх впровадженню.

8. У результаті ототожнення нецінових нетарифних заходів регулювання з політичними ризиками, як ймовірність не досягнення запланованих результатів через фактори, що не можна оцінити кількісно та спрогнозувати, запропоновано комплексну методику їх оцінювання. Її зміст полягає у поєднанні відомих світових методик та існуючого досвіду підприємств птахівництва. У результаті апробації методики встановлено, що найсприятливіші умови з точки зору впровадження для вітчизняної продукції птахівництва політичних нетарифних заходів регулювання існують на ринку Німеччини, найгірші – Білорусії. Результати розрахунків можуть бути використані керівниками, що приймають управлінські рішення щодо виходу на зовнішній ринок.

9. Сформована матриця стратегічних наборів для підприємств птахівництва з врахуванням їх потенційних можливостей та стану нетарифного регулювання на потенційних ринках збуту. Вибір адекватної стратегії виходу на зовнішній ринок сприятиме розвитку зовнішньоекономічної діяльності зокрема та підприємства в цілому.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Адаманов З. О. Генезис теории инновационного развития / З. О. Адаманов // Прометей. Рег. Зб. Наук. Праць з економіки. Вип. 1 (16). – Донецьк : ТОВ “Юго-Восток Лтд”, 2005. – С. 62–67.
2. Акофф Р. Планирование будущего корпорации / Р. Акофф. – М. : Прогресс, 1985. – 327 с.
3. Александров В. В. Развивающиеся системы в науке, технике, обществе и культуре. В 2-х частях / В. В. Александров. – СПб. : СПбГТУ, 2000. – 243 с.  
Ч. 1: Теория систем и системное моделирование. – 2000. – 243 с.
4. Андриенко В. Н. Модели реинжиниринга систем управления : [монография] / В. Н. Андриенко. – Донецк : Дон НУ, 2001. – 184 с.
5. Ансофф И. Новая корпоративная стратегия / И. Ансофф. – СПб. : Питер, 1999. – 416 с.
6. Ансофф И. Стратегическое управление / И. Ансофф. – М.: Экономика, 1989. – 519 с.
7. Арманд А. Д. Иерархия информационных систем мира / А. Д. Арманд // Вестник РАН. – 2001. - № 1. – С. 17–23.
8. Афанасьев Н. В. Управление развитием предприятия : [монография] / Н. В. Афанасьев, В. Д. Рогожин, В. И. Рудика. – Харьков : ИНЖЕК, 2003. – 179 с.
9. База данных Доступа к рынку EU. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://mkaccdb.eu.int>.
10. Базы даних ООН – Comtrade. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://comtrade.un.org/db/ce/ceSearch.aspx?it=poultry&rg=2&r=276&p=616&y=auto&px=HS>
11. Балабанов И.Т. Внешнеэкономические отношения: уч. пособ. для вузов / И.Т. Балабанов. – [2-е 165ол. Перераб. И доп.]. – М., 2001. – 244 с.
12. Бартенев С. А. Экономические истории и школы (история и



современность): Курс лекций. – М. : БЕК, 1996. – 326 с.

13. Батченко Л. В. Зовнішньоекономічна діяльність: теорія і практика сучасного менеджменту: [монографія] / під заг. ред. д.е.н., Л.В. Батченко. – Донецьк: ДонДУУ, 2005. – 244 с.

14. Батченко Л. В. Кон'юнктура світового ринку і тенденції розвитку зовнішньоекономічної діяльності регіонів України / Л. В. Батченко, О. Г. Ткаченко // Актуальні проблеми економіки. – 2010. – № 8. – С. 197-207.

15. Богданов А. А. Тектология: [Всеобщая организационная наука]. [В 2-х томах] / А. А. Богданов; Редкол. Л. И. Абалкин [отв. ред. и др.]. – М. : Экономика, 1989. – Т. 1. 304 с.; Т. 2. – 351 с.

16. Бодров О. Г. Экономическая свобода и устойчивость предприятия : [монография] / О. Г. Бодров, В. А. Малыгин, В. Г. Тимирясов. – Казань: Институт экономики, управления и права, 2000. – 208 с.

17. Большой экономический словарь / [Под ред. А. Н. Азрилиана] / [5-изд. доп. и перераб.]. – М. : Институт новой экономики, 2002. – 1280 с.

18. Брюховецька Н. Ю. Економічний механізм підприємства в ринковій економіці: методологія і практика : [монографія] / Н. Ю. Брюховецька. – Донецьк:ІЕП НАН України, 1999. – 276 с.

19. Бугай В. З. Інноваційний розвиток підприємства в сучасних умовах: проблеми та перспективи / В. З. Бугай, К. В. Лакомкіна // Прометей Рег. зб. наук праць з економіки. Вип. № 2(20). – Донецьк : ТОВ “Юго-Восток Лтд”, 2006. – С. 67 – 69.

20. Владимиров К. М. Митне регулювання / К. М. Владимиров, А. С. Бардагова. – Херсон. : 2002. – 294 с.

21. Внешнеэкономическая деятельность предприятия / [под ред. Р.И. Хасбулатова, В.М. Попова]. – М.: Междунар. Отношения, 2001. – 544 с.

22. Внешнеэкономическая деятельность предприятия: учеб. для вузов / [Л. Е. Стровский, С. К. Казанцев, Е. А. Паршина и др.]; под ред. Проф. Л.Е. Стровского. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2001. – 847с.

23. Вольський А. И. Инновационный фактор обеспечения устойчивого

економического развития / А. И. Вольский // Вопросы экономики. – 1999. - № 1. – С. 4–12.

24. Воронкова А. Е. Корпорації: управління та культура : [монографія] / А. Е. Воронкова, М. М. Баб'як, Е. Н. Коренєв, І. В. Мажура; [за заг. ред. А. Е. Воронкової]. – Дрогобич : Вимір, 2006. – 376 с.

25. Воронкова А. Э. Современные технологи управления промышленным предприятием : [монография] / А. Э. Воронкова, А. В. Козаченко, С. К. Рамазанов, Л. Е. Хлапенев. – К. : Либра, 2007. – 256 с.

26. Воронкова А. Э. Стратегическое управления конкурентоспособным потенциалом предприятия динамика и организация : [монография] / А. Э. Воронкова. – Луганск : ВНУ, 2000. – 315 с.

27. Гараедаси Дж. Системное мышление: Как управлять хаосом и сложными процессами: Платформа для моделирования архитектуры бизнеса / Дж. Гараедаси / [пер. с англ. Е. И. Недбальская]; [науч. ред. Е. В. Кузнецова]. – Минск : Гревцов Паблицер, 2007. – 480 с.

28. Гелбрейт Дж. Экономические теории и цели общества: Пер. с англ. – М., 1976. – 578 с.

29. Генеральна угода з тарифів і торгівлі (ГАТТ 1947). Результати Уругвайського раунду багаторонніх торговельних переговорів: Тексти офіційних документів. – К: “Вимір”, 1998. – С. 450.

30. Герасимчук В. Г. Розвиток підприємства: діагностика, стратегія, ефективність : [монографія] / В. Г. Герасимчук. – К. : Вища школа, 1995. – 266 с.

31. Геєць В. М. Інновативно-інноваційний шлях розвитку – модернізаційний проект розвитку української економіки і суспільства початку ХХІ століття / В. М. Геєць // Банківська справа. – 2003. – № 4. – С. 16–21.

32. Глазл Ф. Динамическое развитие предприятия / Ф. Глазл, Б. Ливехуд. – М. : Духовное познание, 2000. – 264 с.

33. Голубева В. О. Міжнародно-правове та внутрішнє регулювання кількісних обмежень у зовнішньоторговельній діяльності / В. О. Голубева //

Митна справа. – № 2. – 2001. – С. 57–65.

34. Горбачук Т. В. Економічна діагностика: інтерактивний комплекс навчально-методичного забезпечення / Т. В. Горбачук, Н. Б. Кушнір. – Рівне : НУВГП, 2007. – 176 с.

35. Горбонос Ф. В. Кооперация в аграрной сфере / Ф. В. Горбонос, Н. Ф. Павленчик // Аграрная наука. – 2003. – № 11. – С. 10-12.

36. Горін Н. В. Державне регулювання зовнішньоекономічної діяльності: навч. Посіб. / Н. В. Горін. – К.: Знання, 2008. – 330 с.

37. Гребельник О.П. Митно-тарифна політика за умов трансформації економічної системи: [монографія] / О.П. Гребельник. – К.: Київський національний університет, 2001. – 488 с.

38. Гриньов А. В. Інноваційний розвиток промислових підприємств: концепція, методологія, стратегічне управління: [монографія] / А. В. Гриньов. – Х. : ВД “ІНЖЕК”, 2003 – 308 с.

39. Гриньова В. М. Формування інноваційної стратегії розвитку підприємства / В. М. Гриньова, А. В. Гриньов // Вісник Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля. – 2003. – № 2(60). – С. 50–58.

40. Грушевський М. Иллюстрированная история Украины / М. Грушевський. – Донецк.: 2002. – 432 с.

41. Грущинська Н. М. Розвиток експортного потенціалу України в сучасних світогосподарських відносинах / Н. М. Грущинська, М. П. Музиченько // Актуальні проблеми економіки. – 2010. - № 7. – С. 19-27.

42. Губський А. Євроатлантична інтеграція України: [монографія] / А. Губський. – К.: Вид-во «Вища школа», 2003. – 178с.

43. Данисевич А. В. Проблемы правового регулирования обеспечения внешнеэкономической безопасности государства / А. В. Данисевич // Журнал международного права и международные отношения. – 2006. – № 1. – [Електронний ресурс] – Режим доступу: [http://evolutio.info/index.php?option=com\\_content&task=view&id=978&Itemid=215](http://evolutio.info/index.php?option=com_content&task=view&id=978&Itemid=215)

44. Детмер У. Теория ограничений Голдратта: Системный подход к непрерывному совершенствованию / У. Детмер. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2008. – 444 с.
45. Дідківський М. І. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства: навч. посіб. / М. І. Дідківський. – К.: Знання, 2006. – 462 с.
46. Дороніна М. С. Управління економічними та соціальними процесами підприємства : [монографія] / М. С. Дороніна. – Х. : Вид. ХДЕУ, 2002. – 432 с.
47. Друкер П. Эффективное управление / П. Друкер / [пер. с англ.]. – М. : Астрель, 2004. – 284 с.
48. Дюмулен И. И. Нетарифные ограничения в международной торговле. Зарубежная практика. / И. И. Дюмулен. – М.: ВАВТ МВЭС РФ, 1997. – 374 с.
49. Економіко-статистичне моделювання і прогнозування: навч. посіб. / В. П. Кічор, Р. В. Фещур, В. В. Козик. – Львів: В-во НУ “Львівська політехніка”, 2007. – 156 с.
50. Эрхард Л. Полвека размышлений: Речи и статьи: пер с англ. – М., 1993. – 723 с.
51. Єрмошенко М. М. Інформація в системі економічних відносин / М. М. Єрмошенко // Актуальні проблеми економіки. – 2007. – № 10 (76). – С. 66–73.
52. Заболотний В. С. Конкурентоспроможність вітчизняної продукції м'ясного птахівництва з врахуванням її імпорту [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zsas.zhitomir.org/ru/pdf>.
53. Закон України «Про зовнішньоекономічну діяльність»: від 16.04.91 № 959-ХІІ [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.rada.kiev.ua>.
54. Зиндер Е. З. “3D-предприятие” – модель стратегии трансформирующейся системы / Е. З. Зиндер // Computer World Россия. – 2000. – № 4. – С. 17–27.
55. Зиндер Е. З. Новое системное проектирование: информационные

технологии и системное проектирование / Е. З. Зиндер // СУД. – 1996. – № 2. – С. 23–27.

56. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства: навч. посіб. / [Ю. В. Макогон, В. С. Рижиков, С. В. Касьянюк, О. О. Коваленко, В. М. Грідасов, С. В. Чемерис, А. В. Гончарова] ; за ред. д.е.н., Ю.В.Макогона. – К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 424 с.

57. Зовнішньоекономічна діяльність підприємств: підруч. / [І. В. Багрова, Н. І. Редіна, В. Є. Власюк, О. О. Гетьман] ; за ред. д-ра екон. н, І. В. Багрової. – К.: Центр навч. л-ри, 2004. – 580 с.

58. Зуб А. Т. Системный стратегический менеджмент: методология, практика : [монография] / А. Т. Зуб, В. М. Лактионов. – М. : Генезис, 2001. – 756 с.

59. Идрисова В. В. Теоретические вопросы применения нетарифных мер регулирования во внешней торговле / Виктория Викторовна Идрисова. – М. : Изд-во Института Гайдара, 2011. – 152 с.

60. Каноны рынка и законы экономики / заг. ред. А. И. Амоша]. – Донецк. : Знание, 2000.

Книга 3: Процесс обращения. – 463 с.

61. Карякин М. Ю. Страхование политических рисков внешнеторговых операций и международных инвестиций: вопросы теории и методологии / М. Ю. Карякин. М. : «Авуар консалтинг», 2002. – 144 с.

62. Капра Ф. Паутина жизни. Новое научное понимание живых систем / Ф. Капра. К. : София, 2002. – 432 с.

63. Касьянов Н. В. К вопросу диалектики развития предприятия / Н. В. Касьянов // Весник ДонУЕП. – 2006. - № 1. – С. 73–79.

64. Кейнс Дж. М. Общая теория занятости, процента и денег: Пер. с англ. – М. : Прогресс, 1978. – 494 с.

65. Киреев А.П. Международная экономика: учеб. Пособ. [для студентов высш. Учебн. Заведений, обучающ. По направлению „Экономика” и спец. „Международная экономика”] в 2-х ч. / А.П. Киреев. – М.: Междунар.

Отношения , 1999.

Ч. 1: Международная микроэкономика: движение товаров и факторов производства. – 1999. – 415 с.

66. Кирилук О. Ф. Формування ринку продукції птахівництва в контексті продовольчої безпеки України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://www.nbuu.gov.ua/portal/chem\\_biol/nvnau/2009\\_141/09kof.pdf](http://www.nbuu.gov.ua/portal/chem_biol/nvnau/2009_141/09kof.pdf).

67. Кириченко О.А. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності: навч. Посіб. / О.А. Кириченко. – К.: Знання-Прес, 2002. – 384 с.

68. Кіндрацька Г. І. Стратегічний менеджмент: навч. посіб. / Г. І. Кіндрацька. – К.: Знання, 2006. – 366 с.

69. Класифікація методів міжнародної торгівлі [електронний ресурс] . – Офіційна веб-сторінка ЮНКТАД. – Режим доступу: <http://r0.unctad.org/trains/>

70. Классики менеджмента / [под ред. М. Уорнера] / [пер. с англ. под. ред. Ю. Н. Каптуревского]. – СПб. : Питер, 2001. – 168 с.

71. Ключевые модели менеджмента: методы и приемы управления, способствующие процветанию вашего бизнеса / С. тен Хаве, В. тен Хаве, Ф. Стевенс и др.. – М. : Бином, Лаборатория знаний, 2007. – 324 с.

72. Козак Ю. Г. Зовнішньоекономічна діяльність підприємств: навч. посіб. / Козак Ю. Г., Логвінова Н. С., Сіваченко І. Ю. – К.: Центр навч. Літератури, 2006. – 792 с.

73. Коломацька С. П. Зовнішньоекономічна діяльність в Україні: правове регулювання та гарантії здійснення / С. П. Коломацька. – К. : ВД “Професіонал”, 2004. – 288с.

74. Копитець Н. Ринок м'яса птиці / Н. Копитець // Пропозиція. – 2010. - № 7. – С. 36-38.

75. Кутикiна К. М. Аналіз потенційних ринків збуту для підприємств птахівництва у системі розвитку зовнішньоекономічної діяльності / К. М. Кутикiна // Вісник ВІСМ. – 2013. - № 6. – С. 78 – 86.

76. Кутикiна К. М. Вплив нетарифних заходів регулювання на ціну / К. М. Кутикiна // Матеріали Першої Всеук. наук.-практичної конф. “Перспективи і

проблеми забезпечення розвитку відкритих конкурентоспроможних економічних систем в умовах глобалізації” (Кривий ріг, 8-9 грудня 2011 р.). – Кривий ріг. : Криворізький економ. ін.-т ДВНЗ “КНЕУ ім. Вадима Гетьмана”, 2011. – С. 397–400.

77. Кутикіна К. М. Економічні наслідки впровадження нетарифних бар’єрів / К. М. Кутикіна // Тези доповідей II Міжн. наук.-практ. конф. студ., асп. та мол. вч. “Формування механізмів управління якістю та підвищення конкурентоспроможності підприємств” (Дніпропетровськ, 30 березня 2011 р.). – Т. 1. – Дніпропетровськ. : ДУЕП ім. Альфреда Нобеля, 2011. – С. 260–262.

78. Кутикіна К. М. Квотування експорту продукції у системі розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємств / К. М. Кутикіна // Матеріали XXI Міжн. наук.-практ. конф. “Маркетинг та брендинг територій: проблеми регіонального розвитку” (Чернівці, 5–6 жовтня 2012 р.). – Чернівці. : Чернівецький нац. ун-т ім. Ю. Федьковича, 2012. – С. 110–112.

79. Кутикіна К. М. Класифікація засобів нетарифного регулювання / К. М. Кутикіна // Фінансова система України. Зб. наук. пр. –2010. – Випуск 15. – С. 363–370.

80. Кутикіна К. М. Методика оцінки підприємствами птахівництва нетарифних заходів регулювання як проявів політичних ризиків / К. М. Кутикіна // Вісн. Одес. нац. ун-ту. – 2013. – С.

81. Кутикіна К. М. Мотивація запровадження нетарифних бар’єрів / К. М. Кутикіна // Матеріали міжн. наук.-практ. інтернет-конф. молодих учених та студентів “Організаційно-економічне, фінансово-кредитне і інституційно-правове забезпечення інноваційного розвитку суб’єктів господарювання та територіальних громад” (Чернівці, 24 – 25 березня 2011 р.). – Чернівці. : Буковинська державна фінансова академія, 2011. – С. 22–25.

82. Кутикіна К. М. Мотиваційний механізм впровадження нетарифних заходів регулювання / К. М. Кутикіна // Наук. вісн. Волин. нац. ун-т ім. Лесі Українки. Сер. : Екон. науки. – 2011. – № 22 (219). – С. 117–124.

83. Кутикіна К. М. Нормативно-правове забезпечення нетарифного

регулювання зовнішньоекономічної діяльності підприємств птахівництва / К. М. Кутикіна // Зб. тез доповідей та виступів ІХ Міжн. наук.-практ. конф. мол. вч., асп. та студ. “Актуальні проблеми фінансової системи України” (Черкаси, 6 квітня 2012 р.). – Черкаси. : Черкаський держ. технол. ун-т., 2012. – С. 183–185.

84. Кутикіна К. М. Оцінювання впливу нецінових бар’єрів на експорт продукції птахівництва / К. М. Кутикіна // Матеріали ХІІ Міжн. наук.-практ. конф. “Стан і проблеми оподаткування в умовах економічних перетворень” (Донецьк, 23 – 24 листопада 2012 р.). – Донецьк. : ДонНУЕТ ім. М. Туган-Барановського, 2012. – Т. 2. – С. 167–170.

85. Кутикіна К. М. Оцінювання нетарифних заходів регулювання на потенційних ринках збуту / К. М. Кутикіна // Економічний вісник Донбасу. – 2013. – С.

86. Кутикіна К. М. Оцінка конкурентоспроможності підприємств птахівництва / К. М. Кутикіна // Наук. вісн. Чернів. нац. ун-ту. Зб. наук. пр. Економіка. – 2012. – Вип. 623–626. – С. 265–270.

87. Кутикіна К. М. Оцінка нетарифних бар’єрів на етапах стратегічного планування зовнішньоекономічної діяльності підприємства / К. М. Кутикіна // Зб. тез доповідей ІІІ Всеук. наук.-практ. конф. “Теорія і практика стратегічного управління розвитком галузевих і регіональних суспільних систем” (Івано-Франківськ, 21-22 жовтня, 2011 р.). – Івано-Франківськ. : Івано-Франківський нац. техн. ун-т нафти і газу, 2011. – С. 147-149.

88. Кутикіна К. М. Оцінка нетарифних заходів регулювання на потенційних ринках збуту / К. М. Кутикіна // Матеріали Міжн. наук.-практ. конф. “Сучасні проблеми управління підприємствами: теорія і практика” (Харків, 8 – 9 листопада 2012 р.). – Харків. : Харківський нац. економ. ун-т., 2012. – С. 200–205.

89. Кутикіна К. М. Реформування технічних заходів регулювання зовнішньоекономічної діяльності сільськогосподарських підприємств / К. М. Кутикіна // Наук. вісн. Волин. нац. ун-т ім. Лесі Українки. Сер. : Екон. науки. – 2012. – № 4 (229). – С. 59–63.



90. Кутикіна К. М. Тенденції розвитку підприємств птахівництва в умовах нетарифного регулювання зовнішньоекономічної діяльності / К. М. Кутикіна // Вісн. Хмельн. нац. ун-ту. Екон. науки. Т. 4 (181) – 2011. – № 6 – С. 160–163.

91. Кутикіна К. М. Теоретичні аспекти оцінювання нетарифних бар'єрів / К. М. Кутикіна // Регіональний бізнес – економіка та управління. Наук., вироб.-практ. журн. – 2012. – № 2 (34). – С. 87–92.

59. Кутикіна К. М. Трактуювання доцільності нетарифних бар'єрів у класичних економічних школах / К. М. Кутикіна // Тези доп. VIII міжн. наук.-практ. конф. “Маркетинг та логістика в системі менеджменту” (Львів, 4–6 листопада 2010 р.) – Львів. : НУ “Львівська політехніка”, 2010. – С. 295–297.

92. Кутикіна К. М. Системний підхід до розвитку зовнішньоекономічної діяльності / К. М. Кутикіна // Перспективи розвитку економіки України : теорія, методологія, практика: матеріали XVI Міжн. наук.-практ. конф. (Луцьк, 29 – 30 травня 2013 р.) / Східноєвропейський нац. у-т ім. Лесі Українки. – Луцьк. : РВВ “Вежа” СНУ ім. Лесі Українки, 2013. – С. 205–208.

93. Кутикіна К. М. Сутність нетарифних бар'єрів у розрізі нормативно-правових актів та наукових досліджень / К. М. Кутикіна // Матеріали Міжн. наук.-практ. конф. “Актуальні проблеми зовнішньоекономічної діяльності та митної справи в умовах глобалізації” (Дніпропетровськ, 3 грудня 2010 р.). – Дніпропетровськ. : Академія митної служби України, 2010. – С. 272 – 274.

94. Ладніна Т. В. Механіз адаптації та вибір стратегії розвитку підприємств у постприватизаційному періоді : [монографія] / Т. В. Ладніна, О. К. Тимофеев. – К. : Наукова думка, 2000. – 130 с.

95. Ліпич Л. Г. Аналіз економічного потенціалу підприємств птахівництва у системі розвитку зовнішньоекономічної діяльності / Л. Г. Ліпич, К. М. Кутикіна // Економіст. – 2012. – № 9. – С. 31–40.

96. Ліпич Л. Г. Еволюція нетарифних бар'єрів / Л. Г. Ліпич, К. М. Кутикіна // Зб. наук. пр. ЛНТУ. Екон. наук. Сер. : Економіка та менеджмент. – 2010. – Вип. 7 (26) – Ч. 2. – С. 190–198.

97. Ліпич Л. Г. Мотивація як класифікаційна ознака групування нетарифних бар'єрів / Л. Г. Ліпич, К. М. Кутикін // Матеріали VI Міжн. наук.-практична конференція "Трансформаційні процеси в економіці держави та регіонів" (Запоріжжя, 20-21 жовтня 2011 р.) – Запоріжжя. : Запоріж. нац. у-т., 2011. – С. 224–226.

98. Ліпич Л. Г. Оптимізація зовнішньоекономічної діяльності підприємства з врахуванням нетарифного регулювання / Л. Г. Ліпич, К. М. Кутикін // Зб. наук. пр. ЛНТУ. Екон. наук. Сер. : Економіка та менеджмент. – 2013. – Вип. 10 (38) – С. 127-141.

99. Ліпич Л. Г. Формування стратегії розвитку зовнішньоекономічної діяльності машинобудівних підприємств: [монографія] / Л. Г. Ліпич, А. О. Фатенок-Ткачук. – Луцьк. : РВВ «Вежа» ВНУ ім. Лесі Українки, 2010. – 220 с.

100. Лука О. Ф. Україна на світовому ринку агро продовольчої продукції / О. Ф. Лука // Економіка АПК. – 2003. – № 11. – С. 116-121.

101. Лупенко Ю. О. Стратегічні нарядки розвитку сільського господарства України на період до 2020 року / Ю. О. Лупенко, В. Я. Месель-Веселянка. – К. : ННЦ «ІАЕ», 2012. – 182 с.

102. Мазаракі А. А. Регулювання зовнішньоекономічної діяльності в Україні / А. Мазаракі, В. Юхименко, Л. Серова. - К. : КНТЕУ, 2003. – 271 с.

103. Мазурок П. П. Сучасний погляд на проблеми нетарифного регулювання міжнародної торгівлі / П. П. Мазурок, В. А. Ведькал // Економіка, фінанси, право. – 2010. - № 5. – С. 19 – 24.

104. Мак Грегор Д. Человеческая сторона предприятия / Д. Мак Грегор. – М. : ЮНИТИ, 2008. – 526 с.

105. Мак-Клелланд Д. Мотивация человека. / Д. Мак-Клелланд. – СПб. : Питер, 2007. – 672 с. : - (Серия «Мастера психологи»).

106. Макконнелл К. Р. Экономикс: принципы, проблемы и политика / К. Р. Макконнелл, С. Л. Брю / В 2 Т : Пер. с англ. 11-го изд. Т. 2. – М. : Республика, 1992. – 400 с.

107. Маслоу А. Психология бытия / А. Маслоу. – СПб.: Евразия, 1999. –

478 с. [Електронний ресурс] – Режим доступу: [ISBN 5-8071-0016-6  
http://poznaisebya.com/psylib/books/masla01/txt04.htm](http://poznaisebya.com/psylib/books/masla01/txt04.htm)

108. Маргасова В. Г. Аналіз фінансових результатів зовнішньоекономічної діяльності суб'єктів господарювання/ В. Г. Маргасова А. В. Роговий, В. В. Виговська// Актуальні проблеми економіки. – 2009. – № 3. – С. 24-30.

109. Маркіна І. А. Методологія сучасного управління : [монографія] / І. А. Маркіна. – К. : Вища школа, 2001. – 312 с.

110. Нармин Халилова. Нетарифные меры требуют большей прозрачности / Н. Халилова // Вакс. – 2009. – Вып. 7. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://trade.ecoaccord.org/bridges/0709/8.htm>

111. Ойкен В. Основные принципы экономической политики. – М., 1995. – 557 с.

112. Олефіренко В. В. Нетарифні методи міжнародної торгівлі: сутність та класифікація / В. В. Олефіренко. // Зовнішня торгівля: право та економіка. – № 5 (46). – 2009. – С. 15–20.

113. Осташко Т.О. Аналіз конкурентоспроможності товарів м'ясомолочної групи на внутрішньому ринку України в умовах СОТ / Т. О. Осташко // Інститут розвитку аграрних ринків. – Наукові матеріали № 30. – [Електронний ресурс] – Режим доступу: [tostashko@amdi.org.ua](mailto:tostashko@amdi.org.ua)

114. Офіційний сайт Агропромгрупи «Пан Кручак» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.pankurchak.ua>.

115. Офіційний сайт Асоціації «Союзу птахівників України» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ptaha.kiev.ua>.

116. Офіційний сайт Державного комітету статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>.

117. Офіційний сайт Міністерства аграрної політики і продовольства України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.minagro.gov.ua>

118. Офіційний сайт Національної академії аграрних наук України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.uaan.gov.ua>.

119. В. О. Онищенко Організація виробництва : навч. пос. / В. О. Онищенко, О. В. Редкін, А. с. Старовірець. – Київ : В-во “Лібра”, 2005. – 376 с.
120. Погорелов Ю. С. Оцінювання та моделювання розвитку підприємства : [монографія] / Погорелов Ю. С. - Луганськ : Глобус, 2010. – 512 с. : рис., табл.
121. Погорелов Ю. С. Природа, рушійні сили та способи розвитку підприємства : [монографія] / Погорелов Ю. С. - Харків : АдВА, 2010. – 352 с.
122. Пономаренко В. С. Стратегія розвитку підприємства в умовах кризи : [монографія] / В. С. Пономаренко, О. М. Тридед, М. О. Кизим. – Харків : ВД “ІНЖЕКТ”, 2003. – 328 с.
123. Портер М. Международная конкуренция / М. Портер; пер. с англ.; под ред. В. Д. Щепкина. – М.: Международные отношения, 1993. – 896 с.
124. Пресняков В. Ю. Государственное регулирование внешней торговли России в условиях перехода к рыночной экономике: проблемы и перспективы / В. Ю. Пресняков. – М.: РИО РТА, 1997. – 317 с.
125. Рейтинг конкурентоспроможності держав за 2011 // Euromoney № 121, 2011. – Р. 24 – 26. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.euromoneyplc.com/investors/stub.asp?StubID=433>
126. Свинухов В. Г. Классификация мер нетарифного регулирования внешнеторговой деятельности России / В. Г. Свинухов, Г. П. Щербина // Право и экономика. – 2001. – № 8. – С. 23—31.
127. Соколенко С. І. Великий шовковий шлях – початок світової торгівлі / К. М. Соколенко. // Глобалізація і економіка України. – 1999. – С. 90–98.
128. Сопільник Л. І. Управління конкурентоспроможністю машинобудівних підприємства на сучасному етапі розвитку економіки України / Л. І. Сопільник, А. В. Колодійчук // Науковий вісник НЛТУ України. – 2009. – Вип. 19.10 – С. 222 - 227.
129. Тимко Є. В. Аналіз конкурентоспроможності підприємства в сучасних умовах [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc\\_Gum/Tpaeiv/2009/28.pdf](http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Tpaeiv/2009/28.pdf). 2.1,

130. Трошкина Т. Н. Принципы государственного регулирования внешнеторговой деятельности / Т. Н. Трошкина // Современное право. – 2006. – № 5. – С. 2–12.
131. Туган-Барановський М. І. Політична економія: Курс популярний / Відтворено за текстом першого українського видання 1919 р. – К. : Наукова думка, 1994. – 396 с.
132. Турбина К. Е. Тенденции развития мирового рынка страхования / К. Е. Турбина. – М. : Анкил, 2000. – 312 с.
133. Філіпенко А. С. Міжнародні економічні відносини: підр. / А. С. Філіпенко. – К. : Знання, 2006. – 325 с.
134. Щетініна І. О. Значення інноваційного розвитку для птахівництва. Сучасний стан виробництва м'яса птиці в Україні та перспективи розвитку 2008 / І. О. Щетініна, В.І. Д'яченко // <http://avian.org.ua/data/statti/schetinina.htm> 2.1
135. Херцберга Ф. Еще раз: Как вы мотивировать сотрудников / Ф. Херцберг // Harvard Business Review. – Sep/Oct 87, Vol. 65 № 5. – 1987. – С. 109-120
136. Янковська Л. А. Розвиток освітньо-фахового потенціалу регіону: теорія, методологія, практика [Текст] : [моногр.] / Л.А. Янковська ; НАН України, Ін-т регіон. дослідж. - Л. : [Ін-т регіон. дослідж. НАН України], 2007. - 259 с.
137. Benmansour H. Le risqué politigue dans le nouveau contekxte international / H. Benmansour, C. Vadcar. – Paris. : Dialogues Editions, 1995. – 246 p.
138. Bernhard T. L'assurance du risqué politigue relative aux operations de commerce enterieur. – Aix-Marseille. : Presses Universitaires d' Aix-Marseille, 1989. – 127 p.
139. Biz Consult // Corporate Services. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [www.bizconsult.ee/?page=markets](http://www.bizconsult.ee/?page=markets)
140. Bora B., Kuwahara A., Laird S. Quantification of Non-Tariff Measures / B. Bora, A. Kuwahara, S. Laird // Document UNCTD/ITCD/TAB/19/ – 2002. –

41 p.

141. Brainerd Lael S. Strategic Trade Policy with Incompletely Informed Policymakers / Lael S. Brainerd, D. Martimort // *Journal of International Economics*. – 1997. – 42(1-2). February. – P. 33-65.

142. Broken Promises: A G-20 Summit Report by Global Trade Alert, 2009. – 195 p.

143. Business Environment Risk Intelligence // *Tomorrow's Intelligence Today*. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа : [www.beri.com/librory/Publications/HRRP.aspx](http://www.beri.com/librory/Publications/HRRP.aspx)

144. Charles E. Hanrahan and Randy Schnepf. WTO Doha Round : the Agricultural Negotiations // *CRS Report for Congress*. – January, 2007. – [Электронный ресурс] – Режим доступа: [www.fas.org](http://www.fas.org).

145. Deardorff A. Measurement of Non-Tariff Barrier / A. Deardorff, R. Stern // *University of Michigan Press*, 1998. – P. 13–23.

146. Deardorff A. V. Tariff And Defensive Responses: A Computational Analysis / A. V. Deardorff, Robert M. Stern // *International Economic Journal*, Korean International Economic Association. – 1987. – Vol. 1 (2). June. – P. 1-23. 2.3

147. Donnelly W. Compilation of Reported Non-Tarif Measures: Description of the Information / W. Donnelly, D. Manifold // *U. S. International Trade Commission Office of Economics Working Paper EC2005-05-A*. – Washington.: DS USITC. – 2005. – 18 p.

148. European commission report “Impact assessment of implementing GHS (Globally Harmonised System of Classification and Labeling of Chemicals)”. – 2006.

149. Feenstra R. C. *Advanced International Trade: Theory and Evidence*. / R. C. Feenstra. – California. : University of California, Davis and National Bureau of Economic Research. – 2002. – 234 p.

150. Ferrantino M. Quantifying the Trade and Economic Effects of Non-Tariff Measures / M. Ferrantino // *OECD Trade Policy*. – Working Paper № 28. – 2006. – P. 34 – 39.

151. Goldsen M. *Income and Price Elasticities in Foreign Trade* / M.

Goldsen, M. Khan // Handbook of International Trade, Amsterdam. : North-Holland. – 1989. – Vol. 11. – P 232-236.

152. Heckman J. Instrumental Variables Methods for the Correlated Random Coefficient Model / J. Heckman, E. Vytlacil // Journal of Human Resources. – № 33 (4). – 1998. – P. 974-987.

153. ISO Catalogue. – Geneva, 1987. – 254 p.

154. Judith M. Dean Feinberg Estimating the price effects of non-tariff measures / Judith M. Dean, Robert M. Feinberg. // U. S International Trade Commission, American University, Georgetown University. – December 2006. – 146 p.

155. Kee H. Estimating Trade Restrictiveness / H. Kee, A. Nicita, M. Olarreaga // World Bank Policy Research. – Working Paper № 3840. – 2006. – 124 p.

156. Kee H. Import Demand Elasticities and Trade Distortions / H. Kee, A. Nicita, M. Olarreaga // World Bank Policy Research. – Working Paper № 3452. – 2004. – 38 p.

157. Lambert J. P. Operetions internationals et risqué politigue / J. P. Lambert. – Paris. : L'Arqus, 1984. – 213 p.

158. Marquez J. The Econometrics of Elasticities or the Elasticity of Econometrics: An Empirical Analysis of the Behavior of U. S. Import / J. Marquez // The Review of Economics and Statistics. – 1994. – Vol. 76. Issue 3. Aug. – P. 471-481.

159. Mill J. S. Principles of Political Economy. – London: Longmans, Green and Co., 1920. – 290 p.

160. Nicolas Peridy The Impact of Prices on Seafood Trade: A Panel Data Analysis of the French Seafood Marcet / Nicolas Peridy, Patrice Guillotreau, Pascal Bernard // Marine Resource Economics. – 2000. – Vol. 15. – P. 45-66.

161. Quantification of Non-Tariff Measures, UNCTAD, Geneva, 2002. – 523 p. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.nbuu.gov.ua/portal/Non-Tariff/Tpaeiv/2009/28.pdf>

162. Ricardo D. The Principles of Political Economy and Taxation. – London:

J. M. Dent and Sons, 1948. – 316 p.

163. Rozporządzenie KE (WE) nr 1741/2006. – [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.arr.gov.pl>.

164. Staiger Robert W. The Effect of Antidumping Law in the Presence of Foreign Monopoly / Robert W. Staiger, Frank A. Wolak // Journal of International Economics. – 1992. – 32. May. – P. 265-287.

165. Smith A. An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations. – London: J. M. Dent and Sons, 1948. – 316 p.

166. Trade and Economic Transformation / United Nations Economic Commission for Europe. – 2003. – 42 p.

167. Trade and Economic Transformation / United Nations Economic Commission for Europe. – 2011. – 42 p.

168. Veblen T. The Theory of the Leisure Class / [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://xroads.virginia.edu/~%7EHYP/VEBLEN/veblenhp.html>

169. World Integrated Trade Solution (WITS). [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://wits.worldbank.org/witsweb/>

170. Yeats AJ. Trade Barriers facing Developing countries. Institute for International Economic Studies. University of Stockholm, 1978. – p. 149–183. [Электронный ресурс] – Режим доступа: [http://Universtockhom.info/InternEconomicStud=com\\_content&task=view&id=978&Itemid](http://Universtockhom.info/InternEconomicStud=com_content&task=view&id=978&Itemid)



# ДОДАТКИ

## Трактування доцільності нетарифного регулювання у класичних теоріях міжнародної торгівлі

Напрямок класичних теорій міжнародної торгівлі або їх представники	Трактування необхідності нетарифного регулювання та здійснення зовнішньої торгівлі
Меркантилісти	<ul style="list-style-type: none"> <li>- держава повинна якомога більше продавати власних товарів на зовнішніх ринках і якнайменше купувати чужих;</li> <li>- з метою збільшення експорту та зменшення імпорту, держава повинна заборонити або обмежити вивезення сировини і стимулювати їх безмитний імпорт;</li> <li>- заборонити автономну торгівлю колоніальних та підлеглих територій, залишивши лише їх зв'язок із метрополією.</li> </ul>
А. Сміт	Відвів державі роль “нічного сторожа, а не регулятора та регламентатора економічного життя”.
Вчені неолібералізму (1929–1933 рр.), а саме В. Ойкен, А. Рюстов, Л.Єрхард	Вказували на необхідність державного економічного регулювання. Це у свою чергу сприятиме створенню умов для ринкової конкуренції і свободи ціноутворення. На їх думку, стимулювання економічного розвитку можливе за рахунок надання державних замовлень та стимулювання експорту.
Інституціоналісти, такі як Т. Веблен, Дж. К. Гелбрейт, Г. Стакельберт, В. Зомбарт	Виступають проти ідеалізації ринкового механізму, заперечують універсальну здатність ринку регулювати розвиток економіки. Усі функції регулювання суперечностей економічного та суспільного життя повинна взяти на себе держава.
М. Туган-Барановський	“Протекційна торговельна політика – зброя завжди двосічна; через це з нею треба поводитись надзвичайно обережно, бо інакше захисне мито замість засобу до розвитку виробничих сил країни може стати рішучим гальмом такого розвитку”.
Прихильники теорії конкурентних переваг М. Портера	Роль держави у створенні умов, координації та стимулюванні діяльності підприємства. Але підприємства самі повинні створювати та підтримувати конкурентну перевагу перед конкурентами з інших країн.
Дж. М. Кейнс	Капіталізм не виживе за сучасних умов без активного втручання держави в соціально економічні процеси: “Розширення функцій уряду у зв’язку із завданням координації нахилу до споживання та спонукання інвестування, я захищаю, як єдино можливий засіб уникнення повного руйнування існуючих економічних форм і як умову для успішного функціонування особистої ініціативи”.
Вчені некейнсіанського напрямку А. Гансен, О. Домар, Р. Гаррод	Виступали за прямий вплив держави на економічні процеси, а не опосередкований, як у Кейнса. Хоча вже у 1943 році на конференції з питань продовольства і сільського господарства в Хот-Спрінгсі було висунуте гасло: “Знизити будь-які бар’єри для міжнародної торгівлі і усунути всі форми дискримінаційних обмежень”.
Неоконсервативна модель регулювання А. Лаффером М. Фрідменом.	Нехтування національними особливостями, глобальна інтеграція у світову економіку та забезпечення належним чином національних інтересів держави.

Динаміка виробництва основних видів продукції тваринництва  
в Україні у 2008-2012 рр.

Показники	Роки					Темп росту, %			
	2008 р.	2009 р.	2010 р.	2011 р.	2012 р.	2009 р. від 2008 р.	2010 р. від 2009 р.	2011 р. від 2010 р.	2012 р. від 2011 р.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<b>Усі категорії господарств</b>									
<b>Реалізовано на забій худоби та птиці, ж. в. тис. т</b>	2629,3	2738,0	2925,4	3028,7	3422,1	104,1	106,8	103,5	113,0
<b>Виробництво молока, тис. т</b>	11000,1	11609,6	11248,5	11093,5	11015,5	105,5	96,9	98,6	99,3
<b>Виробництво яєць від птиці всіх видів, 184ол.. штук</b>	13267,3	15907,5	17052,3	18687,9	19349,2	119,9	107,2	109,6	103,5
<b>Сільськогосподарські підприємства</b>									
<b>Реалізовано на забій худоби та птиці, ж. в. тис. т</b>	1234,2	1335,6	1530,7	1641,2	1722,3	108,2	108,6	107,2	104,9
<b>Виробництво молока, тис. т</b>	2100,3	2204,2	2216,6	2253,9	2267,7	104,9	100,6	101,7	100,6
<b>Виробництво яєць від птиці всіх видів, 184ол.. штук</b>	9000,3	9985,7	1024,6	11737,1	12342,6	110,9	102,6	114,5	105,2
<b>Господарства населення</b>									
<b>Реалізовано на забій худоби та птиці, ж. в. тис. т</b>	1395,1	1402,4	1394,7	1387,5	1468,9	100,5	99,5	99,5	105,9
<b>Виробництво молока, тис. т</b>	9380,3	9405,4	9031,9	8839,6	8765,5	100,3	96,0	97,9	99,2
<b>Виробництво яєць від птиці всіх видів, тис. штук</b>	5374,2	5921,8	6802,7	6950,8	7112,4	110,2	114,9	102,2	102,3

\* Примітка: джерело [116].

## ДОДАТОК Б

Динаміка чисельності поголів'я птиці по областях України в 2010-2011 рр.

(тис. голів)

Область	Усі категорії господарств			Сільськогосподарські підприємства			Господарства населення		
	2010 р., тис. голів	2011 р., тис. голів	2011 р. до 2010 р., %	2010 р., тис. голів	2011 р., тис. голів	2011 р. до 2010 р., %	2010 р., тис. голів	2011 р., тис. голів	2011 р. до 2010 р., %
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Україна	203839,8	199510,8	97,9	110561,3	105363,1	95,3	93278,5	94147,7	100,9
АР Крим	12324,3	11945,6	96,9	7232,1	6839,2	94,6	5092,2	5106,4	100,3
Вінницька	10285,3	9884,9	96,1	2404,7	1901,3	79,1	7880,6	7983,6	101,3
Волинська	5513,3	5623,9	102,0	2705,5	2886,3	106,7	2807,8	2737,6	97,5
Дніпропетровська	17727,1	18426,8	103,9	13156,7	13767,6	104,6	4570,4	4659,2	101,9
Донецька	15191,1	14705,3	96,8	10113,5	9491,5	93,8	5077,6	5213,8	102,7
Житомирська	5545,9	5659,1	102,0	518,3	279,9	54,0	5027,6	5379,2	107,0
Закарпатська	3126,0	3260,7	104,3	43,8	11,1	25,3	3082,2	3249,6	105,4
Запорізька	6057,1	5065,3	83,6	3063,2	2640,5	86,2	2993,9	2424,8	81,0
Ів.-Франківська	6761,0	5992,2	88,6	3847,9	3112,2	80,9	2913,1	2880,0	98,9
Київська	21495,5	22008,7	102,4	17632,1	17798,1	100,9	3863,4	4210,6	109,0
Кіровоградська	4574,1	4649,4	101,6	900,7	944,9	104,9	3673,4	3704,5	100,8
Луганська	6128,9	5954,9	97,2	4528,4	4279,3	94,5	1600,5	1675,6	104,7
Львівська	7961,5	8450,2	106,1	3159,9	3528,5	111,7	4801,6	4921,7	102,5
Миколаївська	4198,1	4022,9	95,8	2154,9	2053,4	95,3	2043,2	1969,5	96,4
Одеська	5550,9	4491,3	80,9	1168,1	147,2	12,6	4382,8	4344,1	99,1
Полтавська	4726,4	4532,2	95,9	1885,2	1868,4	99,1	2841,2	2663,8	93,8
Рівненська	5686,2	5704,7	100,3	1465,7	1330,5	90,8	4220,5	4374,2	103,6
Сумська	3726,2	3887,1	104,3	631,5	789,2	125,0	3094,7	3097,9	100,1

Продовження дод. Б

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Тернопільська	4336,7	4267,9	98,4	760,5	742,0	97,6	3576,2	3525,9	98,6
Харківська	10015,9	9001,5	89,9	4971,2	4012,5	80,7	5044,7	4989,0	98,9
Херсонська	3890,2	4391,7	112,9	1527,4	1662,7	108,9	2362,8	2729,0	115,5
Хмельницька	5069,7	6550,1	129,2	2617,3	4191,5	160,0	2452,4	2358,6	96,2
Черкаська	27019,7	23692,7	87,7	22454,6	19216,5	85,6	4565,1	4476,2	98,1
Чернівецька	3366,8	3650,7	108,4	1105,8	1319,2	119,3	2261,0	2331,5	103,1
Чернігівська	3561,9	3691,0	103,6	512,3	549,6	107,3	3049,6	3141,4	103,0

\* Примітка: джерело [115].

Таблиця 2.19

Динаміка зовнішньоекономічної діяльності підприємств птахівництва в Україні у 2009-2011 рр.

Обсяги ЗЕД	Загальний обсяг						Абсолютне відхилення				Відносне відхилення, %	
	Кількість, тис. т			Вартість, тис. 18бол.. США			тис. т		Тис. 18бол.. США		відхилення, %	
	2009 р.	2010 р.	2011 р.	2009 р.	2010 р.	2011 р.	2010 р. від 2009 р.	2011 р. від 2010 р.	2010 р. від 2009 р.	2011 р. від 2010 р.	2010 р. від 2009 р.	2011 р. від 2010 р.
1	2	3	4	5	6	7	13,5	17,4	21845,3	37666,2	12	13
Експорт	18,9	32,4	49,8	19521,6	41366,9	79033,1	-38,6	-93,5	-32387,4	-116188,8	71,4	53,7
Імпорт	193,2	154,6	61,1	209014,6	176627,2	60438,4	52,1	110,9	54232,7	153855,0	-204,2	-288,6
Експортно-імпорتنе сальдо	-174,3	-122,2	-11,3	-189493	-135260	18594,7	13,5	17,4	21845,3	37666,2	275,7	342,3

\*Примітка: джерело [116].

## ДОДАТОК В

## Динаміка чисельності поголів'я курей-несучок м'ясних порід в Україні

(тис. голів)

Область	Птиця усіх видів, включаючи молодняк – всього			У тому числі кури-несучки м'ясних порід		
	2010 р., тис. голів	2011 р., тис. голів	2011 р. до 2010 р., %	2010 р., тис. голів	2011 р., тис. голів	2011 р. до 2010 р., %
1	2	3	4	5	6	7
Україна	109437,4	105111,8	96,0	2415,8	2362,2	97,8
АР Крим	7017,2	6833,6	97,4	16,7	19,0	113,8
Вінницька	2404,0	1900,6	79,1	3,3	-	-
Волинська	2704,9	2885,7	106,7	45,1	44,1	97,8
Дніпропетровська	12945,1	13759,9	106,3	8,0	4,0	50,0
Донецька	10096,8	9490,2	94,0	284,6	271,7	95,5
Житомирська	517,1	279,3	54,0	-	-	-
Закарпатська	39,9	10,3	25,8	7,0	3,7	52,9
Запорізька	2976,8	2640,0	88,7	223,5	243,8	109,1
Ів.-Франківська	3797,2	3084,2	81,2	-	-	-
Київська	17272,9	17633,3	102,1	1602,8	1550,2	96,7
Кіровоградська	899,8	943,2	104,8	7,2	-	-
Луганська	4520,5	4277,4	94,6	110,4	115,9	105,0
Львівська	3110,7	3520,5	113,2	-	-	-
Миколаївська	2154,9	2053,3	95,3	-	-	-
Одеська	1147,2	144,6	12,6	-	-	-
Полтавська	1885,2	1867,8	99,1	-	-	-
Рівненська	1451,8	1330,5	91,6	-	-	-
Сумська	631,5	789,2	125,0	-	-	-
Тернопільська	760,4	741,8	97,6	-	-	-
Харківська	4908,0	4011,3	81,7	107,2	109,8	102,4
Херсонська	1507,3	1640,1	108,8	-	-	-
Хмельницька	2616,8	4191,0	160,0	-	-	-
Черкаська	22454,6	19216,5	85,6	-	-	-
Чернівецька	1104,5	1317,9	119,3	-	-	-
Чернігівська	512,3	549,6	107,3	-	-	-

\* Примітка: джерело [115].

## ДОДАТОК Д

Динаміка виробництва основних видів продукції тваринництва  
у 2008 – 2012 рр.

Показники	2008 р.	2009 р.	2010 р.	2011 р.	2012 р.	Темп росту, %			
						2009 р. від 2008 р.	2010 р. від 2009 р.	2011 р. від 2010 р.	2012 р. від 2011 р.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Усі категорії господарств									
Всього, тис. т	1783,9	1879,1	2012,4	2109,5	2290,8	105,3	107,1	104,8	108,6
Яловичина і телятина, тис. т	479,8	452,3	427,7	408,3	387,7	94,3	94,6	95,5	95,0
Свинина, тис. т	503,4	532,6	631,2	699,4	726,9	105,8	118,5	110,8	103,9
М'ясо птиці, тис. т	800,7	894,2	953,5	1001,8	1176,2	111,7	106,6	105,1	117,4
Сільськогосподарські підприємства									
Всього, тис. т	999,7	1032,2	1082,6	1218,3	1250,0	103,3	104,9	112,5	102,6
Яловичина і телятина, тис. т	115,8	113,6	104,7	96,6	89,7	98,1	92,2	92,3	92,9
Свинина, тис. т	194,3	207,1	255,9	304,5	334,8	106,6	123,6	119,0	110,0
М'ясо птиці, тис. т	689,6	711,5	722,0	817,2	825,5	71,9	101,5	113,2	101,0
Господарства населення									
Всього, тис. т	830,0	842,0	879,8	891,2	900,7	101,4	104,5	101,3	101,1
Яловичина і телятина, тис. т	348,4	339,9	323,0	311,7	294,6	97,6	95,0	96,5	94,5
Свинина, тис. т	301,0	319,4	375,3	394,9	407,8	106,1	117,5	105,2	103,3
М'ясо птиці, тис. т	180,6	182,7	181,5	184,6	198,3	101,1	99,3	101,7	107,4

\* Примітка: джерело [116].

## ДОДАТОК Ж

Динаміка реалізації на забій птиці, в тому числі бройлерів у 2010-2011 рр.

Область	Птиця усіх видів			У тому числі бройлери		
	2010 р., тис. т	2011 р., тис. т	2011 р. до 2010 р., %	2010 р., тис. т	2011 р., тис. т	2011 р. до 2010 р., %
1	2	3	4	5	6	7
Україна	998,1	1050,3	105,2	950,7	995,9	104,8 %
АР Крим	90,2	95,8	106,2	88,8	94,4	106,3
Вінницька	13,5	13,4	99,3	12,7	12,3	96,9
Волинська	43,8	47,4	108,2	43,8	47,4	108,2
Дніпропетровська	173,3	192,2	110,9	171,2	189,8	110,9
Донецька	29,6	30,5	103,0	23,2	22,2	95,7
Житомирська	0,4	0,3	75,0	-	-	-
Закарпатська	0,0	0,0	-	0,0	-	-
Запорізька	7,4	6,8	91,9	5,6	4,9	87,5
Ів.-Франківська	8,5	12,1	142,4	5,6	7,2	128,6
Київська	144,0	156,8	108,9	134,4	147,0	109,4
Кіровоградська	0,0	0,6	-	-	-	-
Луганська	20,3	24,5	120,7	18,8	22,7	120,7
Львівська	50,4	48,7	96,6	50,3	48,6	96,6
Миколаївська	2,2	2,4	109,1	-	-	-
Одеська	0,4	0,5	125,0	-	-	-
Полтавська	2,4	1,2	50,0	0,6	0,0	-
Рівненська	11,1	15,1	136,0	10,9	15,0	137,6
Сумська	0,2	1,0	В 5 р. б.	0,0	0,7	-
Тернопільська	0,9	2,2	В 2,4 р. б.	0,7	1,7	В 2,4 р. б.
Харківська	25,0	20,9	83,6	22,5	17,2	76,4
Херсонська	1,9	1,5	78,9	0,5	-	-
Хмельницька	8,4	9,0	107,1	8,1	8,6	106,2
Черкаська	354,2	354,5	100,1	349,7	350,9	100,3
Чернівецька	8,1	9,7	119,8	1,6	2,2	137,5

\* Примітка: джерело [115].



## ДОДАТОК 3

Динаміка середніх цін реалізації худоби та птиці в живій вазі  
у 2008-2012 рр. грн.т)

Найменування продукції	Середні ціни реалізації					Абсолютне відхилення			
	2008 р.	2009 р.	2010 р.	2011 р.	2012 р.	2009 р. від 2008 р.	2010 р. від 2009 р.	2011 р. від 2010 р.	2012 р. від 2011 р.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Худоба та птиця в живій вазі у тому числі	10266,3	10797,1	11967,2	13101,1	13899,5	530,8	1170,1	1133,9	798,4
Велика рогата худоба	8978,9	9415,0	12096,1	13216,3	13878,7	436,1	2681,1	1120,2	662,4
Свині	12009,3	12527,2	13715,4	15290,7	16867,9	517,9	1188,2	1575,3	1577,2
Птиця	9978,4	10494,5	11279,3	12320,9	12989,3	516,1	784,8	1041,6	668,4

Примітка: джерело [116].

## ДОДАТОК К

Розмір дотацій від реалізації переробним підприємствам худоби, птиці,  
молока і молочних продуктів у 2011 р.

(тис. дол. США)

Області	Дотації за:				
	Худобу та птицю всього	з них			Молоко та молочні продукти
		Велику рогату худобу	Свині	Птицю	
1	2	3	4	5	6
Україна	8444,1	1451,2	631,4	6356,5	5191,6
АР Крим	30,5	-	30,5	-	120,2
Вінницька	-	-	-	-	-
Волинська	3163,7	-	-	3163,7	-
Дніпропетровська	-	-	-	-	-
Донецька	1925,6	290,3	74,7	1560,6	186,0
Житомирська	-	-	-	-	-
Закарпатська	38,5	6,3	32,2	-	48,3
Запорізька	22,0	-	2,0	15,4	-
Ів.-Франківська	-	-	-	-	-
Київська	302,6	74,6	228,0	-	215,5
Кіровоградська	-	-	-	-	461,4
Луганська	317,9	206,4	111,5	-	1288,0
Львівська	36,9	36,9	-	-	-
Миколаївська	-	-	-	-	103,7
Одеська	-	-	-	-	-
Полтавська	-	-	-	-	845,3
Рівненська	-	-	-	-	-
Сумська	111,0	111,0	-	-	125,9
Тернопільська	-	-	-	-	-
Харківська	63,3	49,3	13,6	-	682,6
Херсонська	-	-	-	-	-
Хмельницька	2036,7	338,38	81,1	1616,8	1115,0
Черкаська	-	-	-	-	-
Чернівецька	336,38	336,8	-	-	-
Чернігівська	-	-	-	-	-

\* Примітка: джерело [115].

## Методи оцінки конкурентоспроможності продукції на зовнішніх ринках

Диференціальний метод оцінки конкурентоспроможності	
Якщо за базу оцінки приймається попит, то	$q_i = \frac{P_i}{P_{io}} (i = 1, 2, 3, \dots, n).$ <p>де <math>q_i</math> - одиничний параметричний показник конкурентоспроможності за <math>i</math>-параметром; <math>p_i</math> – величина <math>i</math>-го параметра для аналізованої продукції; <math>p_{io}</math> - величина <math>i</math>-го параметра, за якого попит задовольняється цілком; <math>n</math> -</p>
Якщо за базу оцінки приймається зразок, то	$q_i = \frac{P_i}{P_{iz}}, \text{ або } q_i' = \frac{P_i}{P_{iz}} (i = 1, 2, 3, \dots, n)$ <p>де <math>q_i, q_i'</math> - одиничний параметричний показник конкурентоспроможності за <math>i</math>-тим технічним параметром; <math>p_i</math> – величина <math>i</math>-го параметра для аналізованої продукції; <math>p_{iz}</math> - величина <math>i</math>-го параметра для виробу, прийнятого за зразок.</p>
Комплексний метод оцінки конкурентоспроможності	
<p>Груповий показник за нормативними параметрами</p> $I_{mn} = \prod_{i=1}^n q_{ni}$ <p>де <math>I_{mn}</math> – груповий показник конкурентоспроможності за нормативними параметрами; <math>q_{ni}</math> – одиничний показник конкурентоспроможності за <math>i</math>-тим нормативним параметром; <math>n</math> – кількість нормативних параметрів</p>	<p>Груповий показник за якісними параметрами</p> $I_{mn} = \sum_{i=1}^n q_i \cdot a_i$ <p>де <math>I_{mn}</math> – груповий показник конкурентоспроможності за технічними параметрами; <math>q_{ni}</math> – одиничний показник конкурентоспроможності за <math>i</math>-тим технічним параметром; <math>a_i</math> – вагомість <math>i</math>-того параметра в загальному наборі з <math>n</math> технічних параметрів, що характеризують попит; <math>n</math> – кількість нормативних параметрів, що беруть участь в оцінці</p>
<p>Груповий показник за економічними параметрами</p> $I_{en} = \frac{Z}{Z_0},$ <p>де <math>I_{en}</math> – груповий показник за економічними параметрами; <math>Z, Z_0</math> – повні витрати споживача відповідно до оцінюваної продукції і зразка.</p>	<p>Повні витрати споживача</p> $Z = Z_c + \sum_{t=1}^T C_t,$ <p>де <math>Z, Z_0</math> – повні витрати споживача на придбання і споживання (експлуатацію) продукції; <math>Z_c</math> – одноразові витрати на придбання продукції; <math>C_t</math> – середні витрати на експлуатацію продукції, що відносяться до <math>i</math>-го року її служби; <math>T</math> – термін служби; <math>t</math> – рік.</p> $C_t = \sum_{j=1}^m C_j,$ <p>де <math>C_j</math> – експлуатаційні витрати за <math>j</math>-ю статтею; <math>m</math> – кількість статей експлуатаційних витрат.</p>

\* Примітка: джерело [99, 94-95].

Інтегральний показник конкурентоспроможності розраховується за формулою:

$$K_{inn} = I_{HP} \frac{I_{TP}}{I_{EP}} \quad (3.1)$$

Якщо аналізування проводиться за декількома зразками, інтегральний показник конкурентоспроможності продукції для обраної групи аналогів може бути розрахований, як сума середньозважених показників для кожного окремого зразка.

$$K_{cep}^{inn} = \sum_{i=1}^N K_i \cdot R_i, \quad (3.2)$$

де  $K_{cep}^{inn}$  - інтегральний показник конкурентоспроможності продукції щодо групи зразків;  $K_i$  - показник конкурентоспроможності відносно  $i$ -го зразка;  $R_i$  - вагомість  $i$ -го зразка в групі аналогів;  $N$  - кількість аналогів [8, 54-55].

## ДОДАТОК М

## Географічна структура зовнішньоекономічної діяльності підприємств птахівництва у 2009-2011 рр.

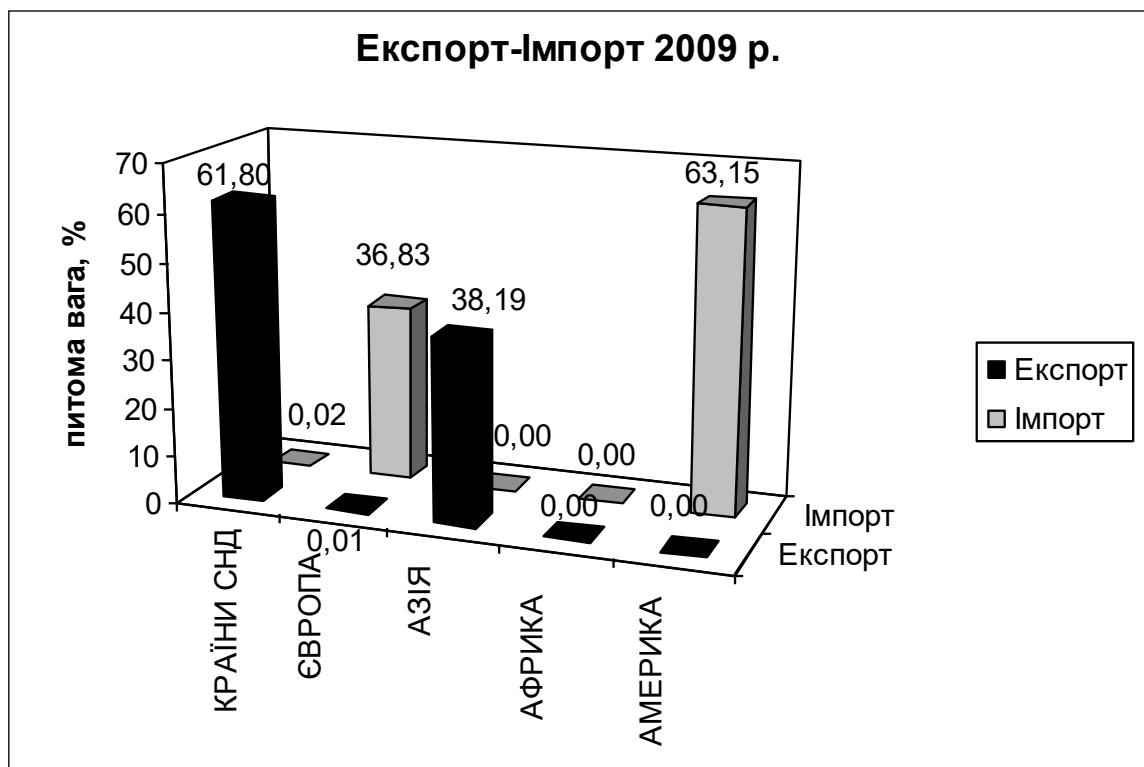
Найменування	2009 рік				2010 рік				2011 рік			
	Експорт		Імпорт		Експорт		Імпорт		Експорт		Імпорт	
	Кількість, т	Питома вага, %	Кількість, т	Питома вага, %	Кількість, т	Питома вага, %	Кількість, т	Питома вага, %	Кількість, т	Питома вага, %	Кількість, т	Питома вага, %
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Всього	18935,0	100,0	193228,0	100,0	32457,0	100,0	154618,0	100,0	49797,0	100,0	61096,0	100,0
I. Країни СНД	11701,0	61,8	30,0	0,0	19740,0	60,8	341,0	0,2	37854,0	76,0	667,0	1,1
Азербайджан	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	158,0	0,3	0,0	0,0
Білорусь	464,0	2,5	0,0	0,0	59,0	0,2	0,0	0,0	1048,0	2,1	391,0	0,6
Вірменія	314,0	1,7	0,0	0,0	768,0	2,4	0,0	0,0	1205,0	2,4	0,0	0,0
Казахстан	10608,0	56,0	0,0	0,0	15792,0	48,7	113,0	0,1	21793,0	43,8	240,0	0,4
Киргизстан	115,0	0,6	0,0	0,0	517,0	1,6	0,0	0,0	1334,0	2,7	0,0	0,0
Молдова	188,0	1,0	0,0	0,0	2509,0	7,7	0,0	0,0	6994,0	14,0	0,0	0,0
Росія	12,0	0,1	30,0	0,0	95,0	0,3	228,0	0,2	5302,0	10,7	36,0	0,1
Узбекистан	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	20,0	0,0	0,0	0,0
II. Інші країни світу	7234,0	38,2	193198,0	100,0	12717,0	39,2	154277,0	99,8	11943,0	24,0	60429,0	98,9
Європа	2,0	0,0	71159,0	36,8	7,0	0,0	66018,0	42,7	5,0	0,0	55415,0	90,7
Бельгія	0,0	0,0	11141,0	5,8	0,0	0,0	13000,0	8,4	0,0	0,0	3898,0	6,4
Болгарія	1,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Великобританія	0,0	0,0	2365,0	1,2	0,0	0,0	6993,0	4,5	0,0	0,0	10924,0	17,9
Данія	0,0	0,0	10,0	0,0					0,0	0,0	580,0	1,0
Іспанія	0,0	0,0	988,0	0,5	0,0	0,0	801,0	0,5	0,0	0,0	1328,0	2,2
Італія	0,0	0,0	2686,0	1,4	0,0	0,0	2812,0	1,8	0,0	0,0	2763,0	4,5
Ірландія	1,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Латвія	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	122,0	0,2
Нідерланди	0,0	0,0	11912,0	6,2	0,0	0,0	9115,0	5,9	0,0	0,0	9092,0	14,9
Німеччина	0,0	0,0	22654,0	11,7	2,0	0,0	13522,0	8,8	0,0	0,0	13801,0	22,6

Норвегія	1,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
----------	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----

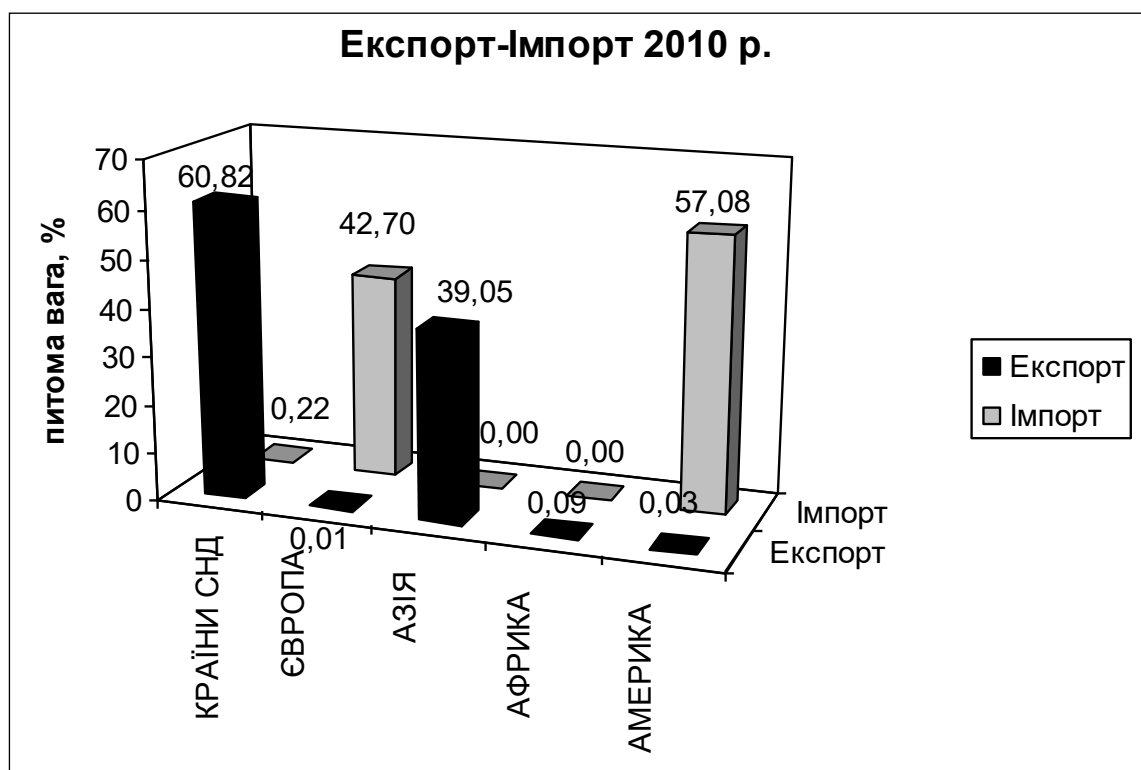
Продовження дод. М

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Польща	0,0	0,0	6003,0	3,1	0,0	0,0	9139,0	5,9	0,0	0,0	7230,0	11,8
Словаччина	0,0	0,0	19,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Угорщина	0,0	0,0	11212,0	5,8	0,0	0,0	8250,0	5,3	0,0	0,0	3247,0	5,3
Франція	0,0	0,0	2149,0	1,1	0,0	0,0	2386,0	1,5	0,0	0,0	2430,0	4,0
Чехія	0,0	0,0	20,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Азія	7232,0	38,2	0,0	0,0	12676,0	39,1	0,0	0,0	11622,0	23,3	96,0	0,2
В'єтнам	4863,0	25,7	0,0	0,0	6899,0	21,3	0,0	0,0	7549,0	15,2	0,0	0,0
Гонконг	1297,0	6,9	0,0	0,0	2503,0	7,7	0,0	0,0	687,0	1,4	0,0	0,0
Грузія	595,0	3,1	0,0	0,0	1374,0	4,2	0,0	0,0	1533,0	3,1	0,0	0,0
Ірак	50,0	0,3	0,0	0,0	524,0	1,6	0,0	0,0	615,0	1,2	0,0	0,0
Іран	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	40,0	0,1	0,0	0,0
Йорданія	400,0	2,1	0,0	0,0	412,0	1,3	0,0	0,0	1099,0	2,2	0,0	0,0
Китай	25,0	0,1	0,0	0,0	964,0	3,0	0,0	0,0	29,0	0,1	96,0	0,2
Ліван	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	70,0	0,1	0,0	0,0
Сінгапур	2,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Африка	0,0	0,0	0,0	0,0	27,0	0,1	0,0	0,0	273,0	0,6	0,0	0,0
Ангола	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	27,0	0,1	0,0	0,0
Джібуті	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	107,0	0,2	0,0	0,0
Ліберія	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	111,0	0,2	0,0	0,0
Лівійська Арабська Джамахірія	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	28,0	0,1	0,0	0,0
Америка	1,0	0,0	122039,0	63,2	14,0	0,0	88259,0	57,1	40,0	0,1	4918,0	8,1
Бразилія	0,0	0,0	1374,0	0,7	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	54,0	0,1
Панама	1,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0
США	0,0	0,0	120665,0	62,4	0,0	0,0	88233,0	57,1	0,0	0,0	4864,0	8,0
Нова Зеландія	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	3,0	0,0	0,0	0,0

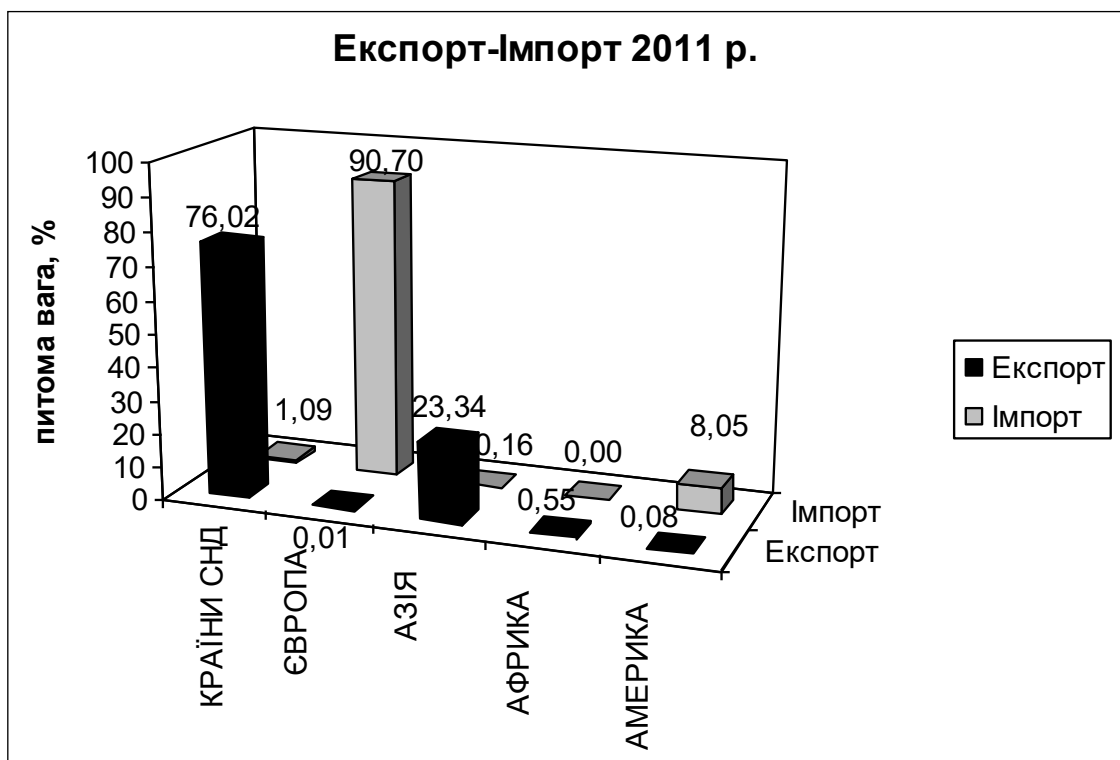
\*Примітка: джерело [115].



Географічна структура зовнішньоекономічної діяльності підприємств птахівництва у 2009 р.



Географічна структура зовнішньоекономічної діяльності підприємств птахівництва у 2010 р.



Географічна структура зовнішньоекономічної діяльності підприємств птахівництва у 2011 р.



## Вихідні дані для перевірки моделі (2.20) на адекватність

Географічна структура імпорту з країн (е) (експортери)	Обсяги імпорту (експорту) тис. 198дол. США			
	Товарна група 1		Товарна група 2	
	Свійська птиця жива	М'ясо та їстівні субпродукти свійської птиці	Фуражне зерно	Додатки до кормів
Країни ЄС:				
у т. ч. Німеччина	4759,345	8200,666	4200,145	207853,017
Нідерланди	125445	10984,948	5314	34116,564
Словенія	1025,334	180825	6210	5373
Литва	1305,984	190456	51800	13155,019
Країни СНД:				
у т. ч. Україна	1702,257	1441	352065,235	4556
Білорусь	1932,645	175200	170586,192	16800
Російська Федерація	2016,523	1789	390456,578	10523
Казахстан	1214,269	1123	110023,045	2389
Географічна структура експорту з країн (і) (імпортери)	Обсяги експорту (імпорту), тис. 198ол. США			
Російська Федерація	164224	269814	47561	54872
Україна	147235	170865	25489	67198
Білорусь	97012	96541	69871	90489
Румунія	180756	66687	125743	150698

Примітка: джерела інформації бази даних ООН – Comtrade і статистика Світового банку WDI Джерело:

електронний ресурс: <http://comtrade.un.org/db/ce/ceSearch.aspx?it=poultry&rg=2&r=276&p=616&y=auto&px=HS>

## ДОДАТОК Р

Вихідні дані для аналізу впливу нетарифних заходів регулювання на потенційних ринках збуту продукції  
птахівництва

Вихідні дані для аналізу впливу нетарифних заходів регулювання	Крайни імпортери (потенційні ринки збуту)		Польща $i=1$		Туреччина $i=2$		Російська Федерація $i=3$		Молдова $i=4$		Казахстан $i=5$		Ізраїль $i=6$		Об'єднані Арабські Емірати $i=7$	
	n=1*	n=2	n=1	n=2	n=1	n=2	n=1	n=2	n=1	n=2	n=1	n=2	n=1	n=2	n=1	n=2
1. Вартість об'єму імпорту товару категорії $n$ в країну $i$ з країни $e$ , $V_{i,e}^n$ , тис.199дол. США США, $e=1$	1159,031	46054	184,761	63090	2079,236	325976,573	127,052	4957,495	115,268	102202,232	600,000	52093	820	78366,149		
Німеччина, $e=2$	25747,201	9353,479	6827,470	103283,237	3598,258	33310,537	132,818	233,496	120,235	214	439,000	112678,118	2119,095	11190,074		
2. Фізичний об'єм імпорту товару $n$ в країну $i$ з країни $e$ , $m_{i,e}^n$ , т США, $e=1$	32356	52082	1,817	71693	34198	254353,299	1,362	4125,940	1,028	116577,524	6,815	52693	38	63446,921		
Німеччина, $e=2$	8965,066	8817,290	61,147	35614,909	39547	31314,344	6,632	232,195	5,236	45	7317	27731,872	219,572	5224,288		
3. Валовий внутрішній продукт в країні імпортера $i$ , в 199тис. дол. США 2011 р., $GDP_i$	514		775		1858		7		186		243		339			
4. ВВП на душу населення країни потенційного ринку збуту $i$ , в доларах 2011 р., $GDP_{pc}_i$	13421		10600		13000		1975		11477		32134		42960			

## Продовження додатку Р

5. Частка промисловості в економіці країни $i$ , в % ВВП, $Ind_i$	25,1	22,4	30,5	16	33,1	16,2	46,5
6. Частка сільського господарства в економіці країни потенційного ринку збуту $i$ , в % ВВП, $Agr_i$	4	9	4,4	14,3	5,4	2	0,8
7. Частка сфери послуг в економіці країни $i$ , в % ВВП, $Serv_i$	33,5	32,2	29,9	35	28,7	59,9	21,8
8. Частка міського населення в країні потенційного ринку збуту $i$ , у % від загальної чисельності населення країни, $Urb\_pop_i$	60	76,8	73	53	52	90	76
9. Встановлений нетарифний захід регулювання зовнішньої торгівлі виду $k$ для товару $n$ , що застосовується в країні $i$ , даммі-змінна (рівна 1, якщо до цього товару використовується цей тарифний захід) **, $NTB_{i,k}^n$	0,8	0,6	0,8	0,4	0,6	0,4	0,4
Встановлений тариф на ввезення товару $n$ в країну $i$ , %, $t_i^n$	2,3	2,4	3,9	2,5	3,4	3,2	3,7

Примітка: \* n=1 – це товарна група 01.05 “Свійська птиця: кури, качки, гуси, індики та цесарки живі”; n=2 – товарна група 2.07 “М’ясо та їстівні субпродукти свійської птиці зазначені в товарній позиції 01.05, свіжі, охолоджені або морожені”

Примітка: сформовано автором на основі баз даних ООН – Comtrade і статистика Світового банку WDI [9,69].

Примітка \*\*: розраховано автором на основі таблиці 2.28 базуючись на припущенні, що нетарифні заходи регулювання для обох груп товарів однакові

## ДОДАТОК С

## Вихідні дані для оцінки потенційних ринків збуту

№ п/ п	Країна	Місткість ринку, тис. дол. США $x_1$			Кількість споживачів, тис. чол. $x_2$	ВВП на душу населення країни потенційно- го ринку збуту, в доларах 2011 р. $x_3$	Показник стабільності зовнішнього ринку (Economic performance *), бальна оцінка $x_4$	Встановле- ний тариф на ввезення товару $n$ в країну $i$ , % $x_5$	Забезпечен- ня кормами для розвитку птахівниц- тва, % ** $x_6$
		Дані для розрахунку місткості ринку							
		Обсяг виробництва м'яса птиці, тис. дол. США	Експорт м'яса птиці державними та недержавни ми установами, тис. дол. США	Імпорт м'яса птиці державними та недержавним и установами, тис. дол. США					
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1.	Естонія	25500	5031,51	19568,012	1342409	16406	20	2,3	41
2.	Латвія	40763,388	4024,084	25786	2067877	12483	21	2,3	38
3.	Литва	60573	6058,236	22687	3244000	13003	18	2,3	39
4.	Білорусь	87024,36	10569,023	15623,014	9461400	19832	11	3,4	62
5.	Молдова	50648,025	5026,369	20480	3559500	1975	10	2,6	72
6.	Польща	280658	178789	120698	37949000	13421	22	2,3	70
7.	Словенія	32789	6478,021	3658	2055527	24570	23	2,3	64
8.	Румунія	120695	78256	25036,693	19042096	8864	20	2,3	82
9.	Німеччина	430582	156930	17025,836	81844000	43864	23	2,3	73
10.	Туреччина	470489,325	220478	6500,789	70586256	10600	21	2,4	43
11.	Греція	45263	1023	15056,357	11305118	26251	18	2,3	45
12.	Італія	380596,25	80693	2569	60870745	36125	20	2,3	40
13.	Киргистан	4456,254	0	50987	4753003	1094	16	3,1	51
14.	Казахстан	20458	0	47658	16911911	11477	19	3,4	54

Продовження додатку С

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
15.	Російська Федерація	980965	480987	356520,369	143030106	13000	20	3,9	56
16.	Йорданія	55582	5698	0	6500000	4581	18	6,1	21
17.	Ізраїль	62089,25	10780,236	8790,12	7825600	32134	17	3,2	20
18.	ОАЕ	65896	9872	6789,245	4798491	42960	21	3,7	17
19.	Грузія	17086,987	46078	0	4385400	3234	19	0,4	43
20.	Вірменія	29865	18026,356	3548	3083000	3226	17	0	40
Середнє значення $\bar{x}_i$		163098,97	66239,885	38448,569	17295859,6	15020	18,7	2,6	48,6

Примітка: показники для розрахунку місткості ринку брались за 2011 рік.

\* Джерело отримання інформації журнал Euromoney № 121, 2011. – Р. 24 – 26. Максимальна бальна оцінка 25.

\*\* Забезпечення кормами птахівництва розраховувалось у процентному вираженні як різниці повної забезпеченості 100 % та частки кормів, що експортується.

## ДОДАТОК Ц

Список спеціалістів, що прийняли участь в експертному оцінюванні

1. Оксана Єрмакова – маркетолог, аналітик асоціації “Союзу птахівників України”;
2. Наталія Дуднік – маркетолог, аналітик асоціації “Союзу птахівників України”;
3. Топольська Тетяна – начальник відділу збуту готової продукції ТЗОВ “Губин”;
4. Забелін Ігор – заступник голови правління АПГ “Пан Курчак”;
5. Ковалевич Роман – комерційний директор ПрАТ “Березнівське птахопідприємство”;
6. Голубець Назар – директор ТЗОВ “Великолюблінське”;
7. Пупа Олег – директор фермерського господарства “УЛАР”.

## АНКЕТА

Просимо Вас, виступити експертом і прийняти участь у дослідженні пріоритетності зовнішніх ринків збуту для продукції птахівництва з точки зору політичного ризику, що може призвести до впровадження не прогнозованих нетарифних заходів регулювання, що проводиться кафедрою економіки та безпеки підприємства Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки, виставивши свою оцінку кожній країні за вказаними критеріями. Використовуючи 1 (низький рівень), 3 (середній), 5 (високий) балів. За критерієм «схильність .... до військових дій» навпаки країні з найвищою схильністю поставте оцінку 1, середньою відповідно -3, найнижчою 5:

Назва країни потенційного ринка збуту	Критерії оцінки						
	Рівень сприйняття торгівельні угод на мікрорівні	Рівень сприяння взаємозв'язку зі сторони країни-партнера	Рівень сприйняття продукції іноземного походження	Рівень сприйняття України як партнера	Рівень мінливості відношення до України як партнера	Схильність політики та політиків країни-партнера до військових дій	
Естонія							
Латвія							
Литва							
Білорусь							
Молдова							
Польща							
Словенія							
Румунія							
Німеччина							
Туреччина							
Греція							
Італія							
Киргистан							
Казахстан							
Російська Федерація							
Хашимітське Королівство Йорданія							
Ізраїль							
ОАЕ							
Грузія							
Вірменія							

Вкажіть будь-ласка ваше прізвище, ініціали \_\_\_\_\_

Ваш вік \_\_\_\_\_

Ваша посада \_\_\_\_\_

Скільки років Ви працюєте у даній галузі \_\_\_\_\_

**Щиро вдячні Вам за співпрацю!**

Здобувач кафедри економіки та безпеки підприємства  
Інституту економіки та менеджменту СНУ імені Лесі Українки

К. М. Кутикіна

## Зведені результати експертного оцінювання

Назва країни потенційного ринку збуту	Критерії оцінки																												
	Рівень сприйняття торговельні угод на мікрорівні							Рівень сприяння взаємозв'язку зі сторони країни-партнера							Рівень сприйняття продукції іноземного походження							Рівень сприйняття України як партнера							
	Ранги показників, на думку експерта																												
	I	II	III	VI	V	VI	VII	I	II	III	IV	V	VI	VII	I	II	III	VI	V	VI	VII	I	II	III	VI	V	VI	VII	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	
Естонія	3	1	3	3	3	1	3	1	5	3	3	3	5	3	3	3	3	5	5	5	3	3	3	5	5	3	3	3	5
Латвія	3	1	3	3	3	5	3	3	5	5	3	5	3	3	3	3	3	5	5	5	3	5	3	5	5	1	5	3	3
Литва	3	1	3	5	3	3	3	3	5	5	3	3	5	3	3	3	3	5	5	3	3	3	3	5	5	5	3	3	5
Білорусь	1	3	1	3	3	3	1	3	3	1	5	3	1	3	1	3	3	1	1	3	5	5	5	5	3	1	5	1	3
Молдова	1	1	1	3	1	1	3	1	3	1	3	3	1	3	5	1	3	3	5	5	3	3	5	3	1	3	3	3	3
Польща	3	1	3	5	5	3	3	5	3	3	3	3	5	3	5	3	3	3	3	3	5	5	5	3	5	3	3	3	3
Словенія	3	1	3	3	3	3	1	3	1	3	3	3	1	5	5	1	3	3	3	5	3	3	5	3	1	3	3	3	1
Румунія	3	1	3	3	1	3	3	1	3	3	1	3	3	3	3	3	3	3	3	5	3	3	3	3	1	3	1	1	3
Німеччина	3	1	1	3	5	3	1	3	3	3	3	3	1	3	5	5	1	3	5	3	5	1	3	1	3	3	1	3	3
Туреччина	3	1	3	3	1	3	1	5	3	3	5	3	3	1	5	3	1	5	5	3	3	3	3	3	1	3	3	1	1
Греція	1	1	3	1	1	3	1	3	3	1	3	1	1	3	4	1	1	3	1	1	3	3	3	3	1	3	1	1	1
Італія	1	1	1	3	1	3	1	1	3	1	3	1	1	3	1	1	3	3	3	1	3	3	3	3	1	3	1	3	1



Продовження таблиці

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	
Киргистан	1	3	3	3	1	1	3	1	3	3	3	1	1	3	5	3	3	3	5	3	5	3	3	3	5	3	3	3	
Казахстан	3	1	1	3	1	1	3	3	3	3	3	3	3	1	5	3	3	5	5	5	3	3	5	3	5	3	3	3	
Російська Федерація	3	1	1	3	1	1	3	1	1	3	3	5	3	1	3	1	3	5	5	3	3	1	5	1	3	1	3	3	
Хашимітсь- ке Королівство Йорданія	1	1	3	3	1	1	3	1	1	3	3	3	3	1	3	1	3	5	1	3	3	3	3	1	3	3	1	3	
Ізраїль	1	1	1	3	1	1	1	1	3	3	5	3	3	3	5	1	3	3	1	3	3	3	3	3	3	5	3	3	3
ОАЕ	3	1	1	3	3	1	3	3	3	3	3	3	1	5	5	1	3	3	1	3	1	3	3	3	5	3	5	3	
Грузія	3	1	1	3	3	1	3	5	5	3	3	3	1	3	3	1	1	1	1	3	3	5	3	3	5	3	3	3	
Вірменія	1	1	1	3	1	1	3	3	1	3	3	1	1	3	3	1	1	3	1	1	1	3	3	1	3	3	3	3	

Горизонтальне продовження додатку Ш

Назва країни потенційного ринка збуту	Критерії оцінки																				
	Рівень мінливості відношення до України як партнера							Схильність політики та політиків країни-партнера до військових дій							Середнє значення оцінки експерта за всіма критеріями						
	Ранги показників, на думку експерта																				
	I	II	III	IV	V	VI	VII	I	II	III	IV	V	VI	VII	I	II	III	IV	V	VI	VII
1	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50
Естонія	3	1	3	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1	1	3,00	3,33	4,00	3,33	3,33	3,00	3,67
Латвія	3	1	3	3	3	3	3	1	1	1	3	3	1	1	3,33	3,33	4,33	3,00	3,00	3,67	3,67
Литва	3	1	3	3	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3,33	3,33	4,33	4,33	3,33	3,33	3,33
Білорусь	3	3	1	3	3	5	3	3	3	3	5	5	3	3	2,67	3,33	2,00	2,33	2,67	2,67	3,00
Молдова	3	3	3	3	1	1	3	5	3	5	5	5	3	1	3,00	2,67	2,00	2,33	2,33	2,67	2,67
Польща	5	3	1	3	5	1	1	1	1	1	3	1	1	1	4,67	2,83	3,33	3,67	4,00	3,33	2,67
Словенія	3	1	3	3	3	3	1	1	1	1	3	1	1	3	4,00	2,33	3,33	2,67	3,33	2,67	2,33
Румунія	3	1	1	3	1	1	3	3	1	3	3	5	3	3	2,67	2,67	2,33	2,67	1,67	2,67	3,00
Німеччина	1	1	1	3	3	1	3	1	1	3	1	3	3	1	3,00	2,33	1,67	3,33	3,67	2,00	3,17
Туреччина	1	1	1	3	3	1	3	1	1	3	3	3	1	3	3,83	2,67	2,00	3,67	3,00	2,67	2,00
Греція	3	1	1	3	3	1	1	3	1	3	3	5	3	3	2,83	2,33	1,67	2,33	1,33	1,67	2,00
Італія	3	1	1	1	3	1	3	3	1	3	1	3	1	3	2,00	2,33	1,67	2,33	2,00	2,33	2,33
Киргистан	1	3	3	3	1	1	3	1	3	1	1	3	1	1	2,83	3,00	3,33	3,67	2,33	2,33	3,00
Казахстан	1	3	3	1	3	3	3	3	3	1	1	3	1	3	3,00	3,17	2,33	3,00	3,00	2,67	2,33

Продовження таблиці

1	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50
Російська Федерація	1	5	5	5	3	5	3	5	5	3	3	3	5	3	2,00	2,33	2,67	3,67	3,00	2,67	2,67
Хашимітське Королівство Йорданія	3	3	3	3	1	3	1	5	1	5	3	5	3	3	2,00	1,67	3,00	3,00	2,00	2,00	2,17
Ізраїль	3	3	3	1	1	3	3	5	3	5	3	5	3	3	2,33	2,33	2,33	3,33	1,67	2,67	2,67
ОАЕ	3	3	1	1	1	3	1	5	3	3	3	1	3	3	3,00	2,33	2,33	3,00	2,67	2,67	3,00
Грузія	1	1	3	1	3	1	3	5	1	5	3	3	5	3	3,00	2,67	2,33	2,33	2,67	1,67	3,00
Вірменія	3	1	3	1	1	1	1	3	1	5	3	1	3	3	2,67	2,00	2,33	2,17	2,33	1,67	2,17

## ЗМІСТ

<b>ВСТУП .....</b>	<b>3</b>
<b>РОЗДІЛ 1</b>	
<b>ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ РОЗВИТКУ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА НА ЗАСАДАХ НЕТАРИФНОГО РЕГУЛЮВАННЯ .....</b>	<b>11</b>
1.1 Сутність та особливості нетарифного регулювання у системі розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємств .....	11
1.2 Класифікація та причинно-наслідкові зв'язки впровадження нетарифних бар'єрів .....	27
1.3 Вплив нетарифних бар'єрів на систему розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємства .....	41
<b>Висновки до розділу 1 .....</b>	<b>50</b>
<b>РОЗДІЛ 2</b>	
<b>АНАЛІЗУВАННЯ СИСТЕМИ РОЗВИТКУ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ПТАХІВНИЦТВА НА ЗАСАДАХ НЕТАРИФНОГО РЕГУЛЮВАННЯ.</b>	<b>53</b>
2.1 Аналізування тенденції розвитку зовнішньоекономічної діяльності вітчизняних підприємств птахівництва.....	53
2.2 Аналізування заходів нетарифного регулювання зовнішньоекономічної діяльності підприємств птахівництва в межах національного та потенційних ринків збуту .....	92
2.3. Методика оцінки впливу нетарифних заходів регулювання потенційних ринків збуту на ціну вітчизняної продукції птахівництва, що експортується .....	108
<b>Висновки до розділу 2 .....</b>	<b>133</b>
<b>РОЗДІЛ 3</b>	
<b>ОПТИМІЗАЦІЯ ВПЛИВУ НЕТАРИФНОГО РЕГУЛЮВАННЯ НА СИСТЕМУ РОЗВИТКУ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ПТАХІВНИЦТВА .....</b>	<b>138</b>

3.1	Моделювання розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємств птахівництва .....	138
3.2	Розробка методики виявлення впливу нецінових нетарифних заходів регулювання на розвиток зовнішньоекономічної діяльності підприємства .....	149
3.3.	Формування матриці стратегічних наборів для забезпечення розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємства .....	160
	<b>Висновки до розділу 3 .....</b>	<b>167</b>
	<b>ВИСНОВКИ.....</b>	<b>170</b>
	<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....</b>	<b>173</b>
	<b>ДОДАТКИ.....</b>	<b>184</b>