

**Сахацький Микола Павлович**

*доктор економічних наук, професор,  
професор кафедри менеджменту і маркетингу  
Одеська державна академія будівництва та архітектури;  
професор кафедри менеджменту  
Одеський державний аграрний університет*

**Sakhatskyi Mykola**

*Doctor of Economic Sciences, Professor,  
Professor of the Department of Management and Marketing  
Odessa State Academy of Civil Engineering and Architecture;  
Professor of the Department of Management,  
Odessa State Agrarian University  
ORCID: 0000-0001-8765-766X*

**Чернов Михайло Георгійович**

*аспірант  
Одеського державного аграрного університету*

**Chernov Mykhailo**

*Postgraduate Student of the  
Odessa State Agrarian University  
ORCID: 0009-0003-9520-8989*

DOI: 10.25313/2520-2294-2025-9-11394

**ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНИЙ МЕХАНІЗМ  
УПРАВЛІННЯ ВИРОБНИЦТВОМ ТА МАРКЕТИНГОМ  
КОНЦЕНТРОВАНИХ КОРМІВ ЯК ДРАЙВЕР РОЗВИТКУ  
РЕСУРСНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ТВАРИННИЦТВА  
АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ**

**ORGANIZATIONAL AND ECONOMIC MECHANISM  
FOR MANAGING THE PRODUCTION AND MARKETING  
OF CONCENTRATED FEEDS AS A DRIVER FOR  
THE DEVELOPMENT OF THE RESOURCE POTENTIAL OF  
LIVESTOCK FARMING OF AGRICULTURAL ENTERPRISES**

**Анотація.** Вступ. Наукове обґрунтування та практична реалізація організаційно-економічного механізму управління виробництвом та маркетингом концентрованих кормів є актуальним завданням, бо забезпечує комплексний вплив на розвиток ресурсного потенціалу тваринництва, створює умови для його ефективного функціонування та інноваційного оновлення, а також формує передумови для довгострокового економіко-соціального зростання аграрних підприємств.

Мета. Метою дослідження є визнання організаційно-економічного механізму управління виробництвом та маркетингом концентрованих кормів в якості драйверу розвитку ресурсного потенціалу тваринництва аграрних підприємств та розкриття значущості й змісту управління комплексом маркетингу стосовно концентрованих кормів в розвитку тваринництва аграрних суб'єктів господарювання.

Матеріали і методи. Матеріалами дослідження є: 1) праці науковців з проблем розвитку організаційно-економічного механізму управління виробництвом та маркетингом, зокрема в частині концентрованих кормів. 2) Офіційні статистичні матеріали стосовно динаміки кількості сільськогосподарських тварин в розрізі основних підгалузей тваринництва.

В процесі виконання дослідження використовувалися наступні наукові методи: критичний (для огляду різних точок зору при ідентифікації категоріального апарату щодо організаційно-економічного механізму управління виробництвом та маркетингом); вимірювання (для кількісного вимірювання динаміки кількості сільськогосподарських тварин в розрізі основних підгалузей тваринництва); аналізу (для розкриття змісту організаційно-економічного механізму управління виробництвом та маркетингом аграрних підприємств); абстрагування (для формулювання рекомендацій зі створення результативного організаційно-економічного механізму управління виробництвом та маркетингом аграрних суб'єктів; для узагальнюючих висновків проведеного дослідження).

Результати. У науковій статті визначено, що організаційно-економічний механізм управління являє собою узгоджену багаторівневу систему інституційних норм, організаційних структур, процесів і економічних інструментів, що на основі цілевизначення, інформаційно-аналітичної підтримки та зворотного зв'язку забезпечує координацію та стимулювання використання ресурсів для досягнення стратегічних і тактичних цілей підприємства у динамічному ринковому середовищі. Встановлено, що організаційний компонент регламентує, унормовує, інструктує та методичними розробками забезпечує цілісність господарського комплексу, формуючи для нього адміністративно-правову основу для здійснення планування, кредитування, фінансування, ціноутворення та матеріального стимулювання виробничої та маркетингової діяльності, покликаних задовольняти економічні інтереси суб'єкта господарювання та його працівників. Обґрунтовано превентивність управління комплексом маркетингу концентрованих кормів у сучасних умовах аграрного виробництва, що передбачає розробку гнучких стратегій позиціонування продукції, диверсифікацію каналів збуту та активне використання інструментів комунікаційної політики для формування стабільного попиту на концентровані корми серед виробників тваринницької продукції. Виявлено, що маркетингові можливості оптимізованих кормових раціонів посилюються екологічними бонусами, бо знижують шкідливі газові викиди в атмосферу, зменшують вуглецевий слід тваринництва, скорочують втрати поживних речовин, удобрюють органкою землю та підвищують її природну родючість, інтегрують сільськогосподарське виробництво у циркулярну біоекономіку.

Рекомендовано виробникам тваринницької продукції впровадження організаційно-економічного механізму управління виробництвом та маркетингом концентрованих кормів в якості прикладного здійснення концепцій ланцюга доданої вартості та ресурсно-орієнтованого підходу, реалізація яких передбачає перетворення побічних продуктів переробки на збалансовані кормові раціони з високою доданою вартістю, зниження ризиків цінової волатильності та дефіциту кормів, покращення керованості якістю та безпекою продукції, що виробляється в тваринницькій галузі.

Перспективи. В подальших наукових дослідженнях пропонується зосередити увагу на розробці інноваційних моделей превентивного управління маркетингом, де має місце поєднання цифрових інструментів прогнозування попиту, аналітики трендів та адаптивних комунікаційних стратегій на ринках концентрованих кормів та тваринницької продукції. Це надає змогу виявити ефект синергії між виробництвом концентрованих кормів і зростанням ефективності племінної справи, що створює умови для підвищення продуктивності та якості тваринницької продукції.

**Ключові слова:** організаційно-економічний механізм, менеджмент, виробництво концентрованих кормів, маркетинг, ресурсний потенціал, тваринництво, аграрні підприємства.

**Summary.** Introduction. The scientific substantiation and practical implementation of the organizational and economic mechanism for managing the production and marketing of concentrated feed is a relevant task, as it ensures a comprehensive impact on the development of the resource potential of animal husbandry, creates conditions for its effective functioning and innovative renewal, and forms the prerequisites for the long-term socio-economic growth of agricultural enterprises.

**Purpose.** The purpose of the study is to recognize the organizational and economic mechanism of managing the production and marketing of concentrated feed as a driver of the development of the resource potential of animal husbandry in agricultural enterprises and to reveal the significance and content of marketing complex management in relation to concentrated feed for the development of livestock producers.

**Materials and Methods.** The research materials include: (1) scientific works on the development of the organizational and economic mechanism of production and marketing management, particularly in the sphere of concentrated feed; (2) official statistical materials regarding the dynamics of the number of farm animals across the main branches of animal husbandry.

The following scientific methods were applied: critical analysis (to review different viewpoints when identifying the categorical framework of the organizational and economic mechanism of production and marketing management); measurement (to quantify the dynamics of farm animal numbers across livestock branches); analytical methods (to reveal the content of the organizational and economic mechanism of production and marketing management of agricultural enterprises); abstraction (to formulate recommendations for creating an effective organizational and economic mechanism of production and marketing management, and to generalize the conclusions of the conducted study).

**Results.** The article establishes that the organizational and economic management mechanism is a coordinated multi-level system of institutional norms, organizational structures, processes, and economic instruments which, on the basis of goal-setting, information-analytical support, and feedback, ensures coordination and stimulation of resource use to achieve the strategic and tactical goals of the enterprise in a dynamic market environment. It is determined that the organizational component regulates, standardizes, instructs, and provides methodological support to maintain the integrity of the economic complex, forming an administrative and legal basis for planning, lending, financing, pricing, and material incentives in production and

marketing activities aimed at satisfying the economic interests of the enterprise and its employees. The preventive role of managing the marketing complex of concentrated feed in modern agricultural production is substantiated, which includes the development of flexible product positioning strategies, diversification of sales channels, and active use of communication policy tools to ensure stable demand for concentrated feed among livestock producers. It is revealed that the marketing potential of optimized feed rations is enhanced by ecological benefits, since they reduce harmful gas emissions into the atmosphere, lower the carbon footprint of livestock, minimize nutrient losses, enrich soils with organic matter, increase natural fertility, and integrate agricultural production into the circular bio-economy.

It is recommended that livestock producers implement the organizational and economic mechanism for managing the production and marketing of concentrated feed as a practical application of the value chain concept and the resource-oriented approach. Their implementation envisages the transformation of processing by-products into balanced feed rations with high added value, the reduction of risks of price volatility and feed shortages, and the improvement of the manageability of quality and safety of products produced in the livestock sector.

Prospects. Further scientific research should focus on developing innovative models of preventive marketing management that combine digital tools for demand forecasting, trend analytics, and adaptive communication strategies in the markets of concentrated feed and livestock products. This allows identifying the synergy effect between concentrated feed production and the efficiency of breeding practices, creating conditions for improving the productivity and quality of livestock products.

**Key words:** organizational and economic mechanism, management, production of concentrated feed, marketing, resource potential, animal husbandry, agricultural enterprises.

**Постановка проблеми.** Сучасний розвиток аграрного сектору України визначається потребою у забезпеченні ефективного відтворення ресурсного потенціалу тваринництва, який виступає основою стабільності продовольчої безпеки та конкурентоспроможності аграрних підприємств. Одним із ключових факторів зміцнення цього потенціалу є організаційно-економічний механізм управління виробництвом та маркетингом концентрованих кормів, що формує підґрунтя для збалансованого розвитку тваринницької галузі. В умовах зростання вартості сировини, посилення конкуренції на внутрішньому й зовнішньому ринках, а також необхідності адаптації до інноваційних стандартів саме системна та планова організація кормовиробництва та його маркетингове забезпечення виступають драйвером сталого розвитку аграрних підприємств. Наукове обґрунтування та практична реалізація організаційно-економічного механізму управління виробництвом та маркетингом концентрованих кормів є актуальним завданням, бо забезпечує комплексний вплив на розвиток ресурсного потенціалу тваринництва, створює умови для його ефективного функціонування та інноваційного оновлення, а також формує передумови для довгострокового економіко-соціального зростання аграрних підприємств.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Вітчизняними та зарубіжними дослідниками зроблено значний внесок у формування базових положень та концепцій організаційно-економічного механізму управління виробництвом та маркетингом концентрованих кормів як драйвера розвитку ресурсного потенціалу тваринництва аграрних підприємств. Так, вітчизняні автори Безуглий О. М., Колеснік В. В. та Соколенко А. В. [1] сутність та зміст організаційно-економічного механізму розкривають в контексті забезпечення ефективного функціонування та розвитку підприємств агропромислового

комплексу України. Українська вчена Єфремова Н. [2] організаційно-економічний механізм управління розглядає через призму інноваційної діяльності аграрних підприємств. Група українських дослідників Сахацький М. П., Запша Г. М. та Сахацький П. М. [3] обґрунтовують необхідність науково-економічного забезпечення інвестування аграрного сектору як об'єктивної і попередньої умови підвищення його економічної результативності. Дослідники Сітковська А. О., Полегенька М. А. та Зима Є. М. [4] конкретизують дію організаційно-економічного механізму управління стосовно понесених аграрними підприємствами витрат. Український вчений Старов І. В. [5] організаційно-економічні механізми управління націлює на реструктуризацію, що в аграрних підприємствах проводиться в умовах посилення інтеграційних процесів. Вчені Багорка М. О. та Кадирус І. Г. [6] наводять аргументи щодо доцільності упровадження в практику управління аграрних підприємств маркетингової концепції, як такої що збалансує в громаді економічні та соціальні інтереси. Інноваційні підходи до маркетингової діяльності в агробізнесі розкриває Ільченко Т. [7]. Косар Н. та Заяць П. [8] висвітлюють інструменти маркетингових онлайн-комунікацій, що мають місце на ринку кормів для домашніх тварин. Лищенко М. та Петренко О. [9] показують вплив на маркетингову діяльність аграрних підприємств сталого розвитку. В своїх наукових розвідках Мовчанюк А. [10] розкриває особливості управління маркетинговою діяльністю підприємств аграрного сектору України в умовах воєнного стану. Серов В. В. [11] в аналітичних дослідженнях оцінює ефективність маркетингових заходів аграрних підприємств у процесі освоєння глобальних ринків. Вітчизняні автори Воронецька І. С., Кравчук О. О., Петриченко І. І. та Спринчук Н. А. [12] присвячують наукові дослідження проблемам забезпечення якісними кормами

фермерських господарств та особистих селянських господарств, що виникають в умовах становлення територіальних громад. Левандівський О. [13] презентує проведене дослідження кормовиробництва в сучасних умовах господарювання в контексті його інвестиційного потенціалу. Вітчизняні дослідники Шеленко Д. І. та Мадрига Д. О. [14] в своїх дослідженнях зосереджуються на інституційному механізмі організації забезпечення птахівництва кормами в частині контролю управління якістю. Українські вчені аграрної економіки Яців І. та Темненко С. [15] концентруються на особливостях формування і функціонування в Україні ринку кормових добавок. В своїй науковій праці Алексеєва О. В., Шпикуляк О. Г. та Шеленко Д. І. [16] акцентують на ефективності реалізації в сучасних умовах господарювання ресурсного потенціалу сільськогосподарських підприємств. В публікації Маєєва О. О. [17] йдеться про процес формування механізму управління ресурсним потенціалом суб'єктів аграрного бізнесу. Саламін О. С. та Поперечний С. І. [18] наголошують на актуальності проблеми формування та ефективного використання ресурсного потенціалу сільськогосподарських підприємств в умовах турбулентного ринкового середовища. Степаненко С. В. [19] розкриває елементи та особливості їх поєднання предметно ресурсного потенціалу аграрних підприємств, що має місце в умовах сучасної дійсності. Суліма Н. М., Гуцул Т. А. та Боровик Н. В. [20] в своїй науковій праці показують складність процесів формування ресурсного потенціалу аграрних підприємств в умовах інноваційного розвитку. Разом з тим залишаються не вирішеними проблемні питання в частині: визнання організаційно-економічного механізму управління виробництвом та маркетингом концентрованих кормів в якості драйверу розвитку ресурсного потенціалу тваринництва аграрних підприємств; розкриття значущості та змісту управління комплексом маркетингу стосовно концентрованих кормів в розвитку тваринництва аграрних суб'єктів господарювання.

**Метою статті** є визнання організаційно-економічного механізму управління виробництвом та маркетингом концентрованих кормів в якості драйверу розвитку ресурсного потенціалу тваринництва аграрних підприємств та розкриття значущості й змісту управління комплексом маркетингу стосовно концентрованих кормів в розвитку тваринництва аграрних суб'єктів господарювання.

**Матеріали і методи.** Матеріалами дослідження є: 1) праці науковців з проблем розвитку організаційно-економічного механізму управління виробництвом та маркетингом, зокрема в частині концентрованих кормів, розвитку ресурсного потенціалу тваринництва аграрних підприємств. 2) Офіційні статистичні матеріали стосовно динаміки кількості сільськогосподарських тварин в розрізі основних підгалузей тваринництва.

В процесі виконання дослідження використовувалися наступні наукові методи: критичний (для огляду різних точок зору при ідентифікації категоріального апарату щодо організаційно-економічного механізму управління виробництвом та маркетингом); вимірювання (для кількісного вимірювання динаміки кількості сільськогосподарських тварин в розрізі основних підгалузей тваринництва); аналізу (для розкриття змісту організаційно-економічного механізму управління виробництвом та маркетингом аграрних підприємств); абстрагування (для формулювання рекомендацій зі створення результативного організаційно-економічного механізму управління виробництвом та маркетингом аграрних ринкових суб'єктів; для узагальнюючих висновків проведеного дослідження).

**Виклад основного матеріалу.** Проведене дослідження показує, що при порівнянні тлумачень сутності та змісту організаційно-економічного механізму управління у працях дослідників має місце як стійке ядро спільних уявлень, так і відмінності, що породжені методологічними акцентами та прикладним спрямуванням кожної науководослідної роботи. У фокусі авторів залишається ідея цілісної системи узгоджених інституційних норм, організаційних структур і економічних інструментів, покликаних забезпечити результативність управлінських рішень і досягнення стратегічних цілей підприємства. Водночас спектр трактувань простягається від «механізму як сукупності важелів і методів» до «механізму як процесно орієнтованої системи координації бізнес-процесів» із різним рівнем деталізації функціональних блоків і контурів управління.

Так, в дослідженні, що здійснюють Безуглий О. М., Колеснік В. В. та Соколенко А. В., організаційно-економічний механізм управління концептуально передусім визнається як інструментально-процедурна система забезпечення стратегічного розвитку підприємства [1, с. 18–25]. Дослідниця Єфремова Н. пропонує більш інституційно орієнтоване бачення організаційно-економічного механізму управління, у якому центральною стає відповідність управлінських практик нормам ринку та державної політики [2, с. 115–122]. Підхід Старова І. В. можна охарактеризувати як інтегративний із виразним методологічним наголосом [5, с. 140–147]. Автор поєднує системний, ресурсно-компетентнісний і стратегічний підходи, завдяки чому організаційно-економічний механізм управління інтерпретується як багаторівнева конструкція з вертикаллю «цілі — ресурси — процеси — результати — розвиток».

Порівняльний аналіз засвідчує конвергенцію щодо базових ознак організаційно-економічного механізму управління вказаних й інших дослідників, а саме: системність, багаторівневність, наявність цільового ядра, інформаційно-аналітичного контуру та набору економічних важелів. Узагальнюючи за-

пропоновані підходи, організаційно-економічний механізм управління доцільно визначати як узгоджену багаторівневу систему інституційних норм, організаційних структур, процесів і економічних інструментів, що на основі цільовизначення, інформаційно-аналітичної підтримки та зворотного зв'язку забезпечує координацію та стимулювання використання ресурсів для досягнення стратегічних і тактичних цілей підприємства у динамічному ринковому середовищі. Така інтегральна дефініція акумулює інструментальну керованість, інституційну узгодженість, процесну ефективність і еволюційний потенціал організаційно-економічного механізму,

мінімізуючи однобічність кожного окремого підходу та віддзеркалюючи його системну цілісність.

В цьому механізмі організаційний компонент, з одного боку, регламентує, унормовує, інструктує, розпоряджує та методичними розробками забезпечує цілісність господарського комплексу, а з іншого — закладає для цього комплексу адміністративно-правову основу щодо здійснення планування, кредитування, фінансування, ціноутворення, інвестування, страхування та матеріально-грошового стимулювання виробничої та маркетингової діяльності, покликаних задовольняти економічні інтереси як суб'єкта господарювання, так і його пра-

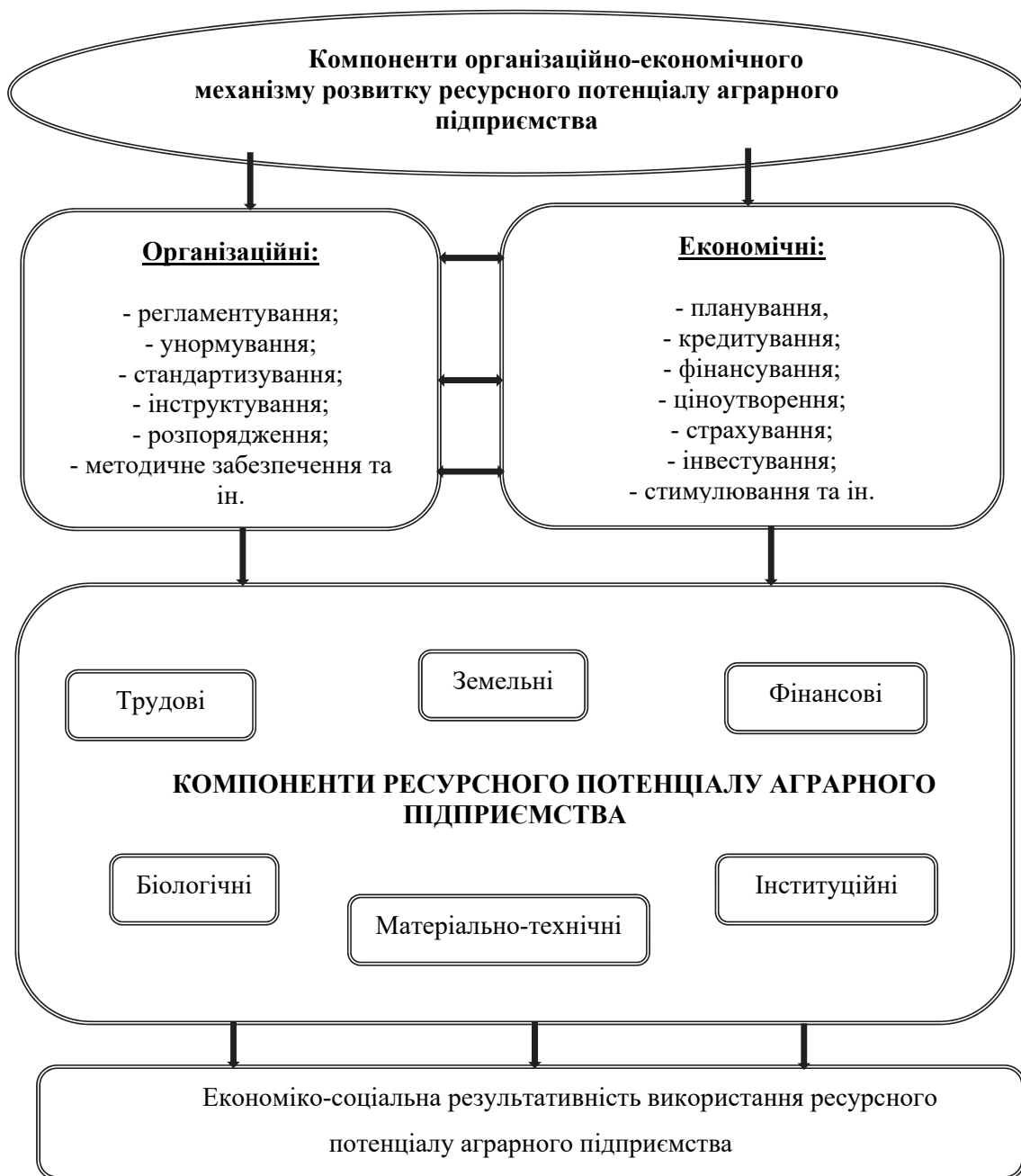


Рис. 1. Модель організаційно-економічного механізму розвитку ресурсного потенціалу аграрного підприємства  
Джерело: авторська розробка

цівників. Економічні та організаційні компоненти у взаємодії, в якості інтегрованої системи, впливають на розвиток взаємопов'язаних земельних, трудових, матеріально-технічних, біологічних, фінансових, інформаційно-цифрових та інституційних компонентів, які у сукупності формують ресурсний потенціал аграрного підприємства та визначають продуктивність, собівартість, якість і економічну ефективність відтворювальних процесів досліджуваної галузі (рис. 1).

Ресурсний потенціал віддзеркалює динамічну здатність підприємства конвертувати наявні й доступні ресурси у стабільний потік доданої вартості за умов невизначеності ринкового та інституційного середовища. Це зумовлює потребу розвивати не лише кількісні параметри ресурсів, а й їхню якість, взаємодоповнюваність і керованість через організаційно-економічний механізм.

Матеріальний природно-біологічний фундамент ресурсного потенціалу тваринництва закладає кількість та склад наявного поголів'я в тваринництві та птахівництві, динаміка якого за останні роки представлена в таблиці 1.

Аналіз наведених цифрових матеріалів засвідчує стійку тенденцію скорочення поголів'я основних видів сільськогосподарських тварин на початок кожного року протягом 2021–2025 рр. Такі процеси є результатом сукупного впливу економічних, організаційних і зовнішніх факторів, що визначають розвиток аграрного сектору в умовах структурних трансформацій та ведення військово-бойових дій на території країни.

Так, найбільш різке скорочення поголів'я спостерігається великої рогатої худоби. У 2025 р. (на 1 січня) по відношенню до 2021 р. поголів'я у скотарстві скоротилося на 872,4 тис. голів, або на 30,4%. Особливо критичним є зменшення кількості корів — з 1673,0 до 1154,7 тис. голів (мінус 518,3 тис., або 31%). Це свідчить про зниження потенціалу виробництва молочної продукції, що загрожує продовольчій безпеці країни та обмежує її експортні можливості.

Поголів'я свиней упродовж досліджуваного періоду знизилось на 1355,1 тис., або на 23,1%. Незва-

жаючи на певне зростання у 2024 р. (5094,0 тис.), у 2025 р. спостерігається нове зниження, що може бути пов'язане з нестабільною ситуацією на ринку кормів, насамперед концентрованих, а також епізоотичними ризиками (зокрема африканська чума свиней) та високими витратами на утримання.

Протягом періоду дослідження кількість овець та кіз скоротилася на 297,1 тис. (26,1%). Динаміка скорочення є відносно рівномірною, що свідчить про наявність сталого регресивного тренду. Його подолання передбачає наукове обґрунтування та впровадження ефективного організаційно-економічного механізму управління виробництвом та маркетингом концентрованих кормів, що превентивно забезпечує посилення ресурсного потенціалу тваринництва аграрних підприємств. На практиці орієнтиром такого вирішення проблеми постає птахівництво.

Адже саме у птахівництві спостерігаються найменші темпи скорочення. У 2025 р. по відношенню до 2021 р. поголів'я птиці скоротилося на 13,1 млн. голів (6,5%). Хоча загальна динаміка є негативною, птахівництво демонструє відносну стійкість та з 2023 р. започатковує формування зростаючого тренду, що ґрунтується на сталому попиті на галузеву продукцію, порівняно короткому циклу вирощування та збереженню експортного потенціалу. Підтримання цього позитивного для аграрної економіки і країни висхідного руху в птахівництві та подолання регресу тваринництва потребує подальшого нарощування виробництва концентрованих кормів.

Оскільки подальше скорочення поголів'я тварин знижує ресурсний потенціал аграрного виробництва та обмежує можливості формування внутрішнього ринку м'яса і молока, то ставить під загрозу досягнення стратегічних орієнтирів продовольчої безпеки країни. Відтак, цільове призначення організаційно-економічного механізму управління виробництвом та маркетингом концентрованих кормів полягає в подоланні негативного тренду в тваринництві, що на державному рівні передбачає здійснення комплексної аграрної політики, спрямованої на зміцнення кормової бази, стимулювання розширеного відтворення поголів'я в тваринництві, розвиток племінної справи, використання інформаційних систем

Таблиця 1

**Динаміка кількості сільськогосподарських тварин на 1 січня, тис. голів**

Поголів'я	2021 р.	2022 р.	2023 р.	2024 р.	2025 р.	2025 р. до 2021 р.	
						+/-	%
Велика рогата худоба, усього	2874,0	2644,0	2307,1	2156,2	2001,6	-872,4	69,6
в т.ч. корів	1673,0	1544,0	1352,8	1262,9	1154,7	-518,3	69,0
Свині	5876,2	5608,8	4948,3	5094,0	4521,1	-1355,1	76,9
Вівці та кози	1140,4	1094,3	941,4	906,3	843,3	-297,1	73,9
Птиця, млн. гол.	200,7	202,2	180,5	184,7	187,6	-13,1	93,5

Джерело: сформовано та розраховано авторами на основі [21]; без урахування тимчасово окупованих Російською Федерацією територій та частини територій, на яких ведуться (велися) бойові дії

та технологій. На рівні безпосередніх виробників впровадження такого управлінського механізму базується на концепціях ланцюгів доданої вартості та ресурсно-орієнтованого підходу.

Подовження ланцюга доданої вартості ґрунтується на перетворенні зернових і побічних продуктів переробки (висівки, шроти, кукурудзяний/пшеничний глютен тощо) на збалансовані раціони з високою питомою вартістю, що створює більшу додану вартість, ніж реалізація сировини. З позицій скорочення транзакційних витрат та реалізації ресурсно-орієнтованого підходу передбачається здійснення вертикальної диверсифікація «рослинництво → концентровані корма → тваринництво», що знижує ризики цінової волатильності та дефіциту кормів, покращує керованість якістю та безпекою тваринницької продукції.

Превентивність управління комплексом маркетингу концентрованих кормів у сучасних умовах аграрного виробництва розглядається як ключовий чинник посилення ресурсного потенціалу тваринництва. Її сутність полягає у формуванні системи управлінських і маркетингових рішень, спрямованих не лише на оперативне задоволення попиту, але й на попередження можливих ризиків, структурних дисбалансів та коливань ринку кормів. Такий підхід передбачає розробку гнучких маркетингових стратегій позиціонування продукції, диверсифікацію каналів збуту та активне використання інструментів комунікаційної політики для формування стабільного попиту на концентровані корми серед виробників тваринницької продукції.

Об'єктивний характер використання маркетингових інструментів стосовно концентрованих кормів витікає із стійкого попиту на них, що породжується біологічними потребами тваринництва і птахівництва, особливо з короткими циклами вирощування (бройлери, свинина), де у собівартості має місце висока частка кормів. Навіть за коливань чисельності поголів'я зберігається потреба у високо-ефективних кормових раціонах, використання яких демонструється як великотоварними, так і середніми та дрібними за масштабами товаровиробниками тваринницької продукції. Додатковий попит формується за рахунок переходу до інтенсивних технологій відгодівлі; підвищення вимог до якості (безпеки) продукції тваринництва; розвитку дрібнотоварного сектору, що потребує невеликих фасовок та надійного сервісного супроводу.

Використання сучасних кормових рецептур, компоненти яких містять ферменти, амінокислоти, мікроелементи та інші корисні добавки, в кінцевому рахунку забезпечує зниження витрат кормових одиниць на одиницю тваринницької продукції, підвищує життєздатність молодняка, забезпечує стабільність якості та економію вихідної сировини. Комплекс маркетингових комунікацій покликаний переконливо продемонструвати клієнтам економіч-

ний ефект від таких концентрованих кормів, що конвертується у зростаючий ринковий попит.

Комбікормові лінії за масштабування виробництва мають виражену значну економію на питомі капітальні та експлуатаційні витрати. Додаткова маржа створюється за рахунок використання дешевших субститутів за матрицею еквівалентності поживності, утилізації побічних продуктів переробки у складі кормових рецептів, контрактного виробництва (private label) для торгових мереж та різних за виробничо-господарськими параметрами виробників тваринницької продукції.

Маркетингові можливості оптимізованих кормових раціонів посилюються їх екологічними бонусами, бо знижують шкідливі газові викиди в атмосферу, зменшують вуглецевий слід тваринництва, скорочують втрати поживних речовин, удобрюють органічною землею та підвищують її природну родючість завдяки гною тварин і птахів. Утилізація побічних продуктів аграрної діяльності у корми інтегрує сільськогосподарське виробництво у циркулярну біоекономіку. Відсів від доробки до товарних нормативів та стандартів основної сільськогосподарської продукції спрямовується на утворення біогазу та палет, на зразок, з лушпиння соняшника або соломи. Очевидні екологічні бонуси кормового виробництва підсилюють маркетингові аргументи для набуття «зеленого» фінансування та міжнародних і національних програм різнопланової підтримки.

З огляду на високий рівень залежності ефективності тваринництва від якості й доступності кормових ресурсів, управління маркетингом у цьому сегменті має виконувати функцію своєрідного «амортизатора», що знижує вплив зовнішніх шоків та цінових коливань. Превентивність реалізації маркетингової товарної політики щодо концентрованих кормів дозволяє як прискорено адаптуватися до динамічних умов ринкової кон'юнктури, так і формувати довгострокову стійкість виробничих систем шляхом прогнозування попиту на тваринницький корм, оптимізації його асортименту, інтеграції інноваційних технологій та застосування цифрових інструментів у комунікаціях з цільовими споживачами.

Таким чином, превентивне управління комплексом маркетингу концентрованих кормів стає драйвером розвитку ресурсного потенціалу тваринництва, бо забезпечує своєчасне та якісне відтворення кормової бази, стимулює інноваційність та конкурентоспроможність аграрних підприємств, сприяє підвищенню продуктивності галузі. Це створює синергійний ефект завдяки тому, що маркетинг виконує не лише комерційно-збутові функції, але й стає важливим елементом організаційно-економічного механізму стійкого розвитку тваринництва.

**Висновки і перспективи подальших досліджень.** Таким чином, організаційно-економічний механізм управління визначається як узгоджена багаторівнева система інституційних норм,

організаційних структур, процесів і економічних інструментів, що на основі цільовизначення, інформаційно-аналітичної підтримки та зворотного зв'язку забезпечує координацію та стимулювання використання ресурсів для досягнення стратегічних і тактичних цілей підприємства у динамічному ринковому середовищі. Встановлено, що організаційний компонент регламентує, унормовує, інструктує та методичними розробками забезпечує цілісність господарського комплексу, формуючи для нього адміністративно-правову основу щодо здійснення планування, кредитування, фінансування, ціноутворення та матеріального стимулювання виробничої та маркетингової діяльності, покликаних задовольняти економічні інтереси суб'єкта господарювання та його працівників.

Виробникам тваринницької продукції рекомендовано впровадження організаційно-економічного механізму управління виробництвом та маркетин-

гом концентрованих кормів в якості прикладного здійснення концепцій ланцюга доданої вартості та ресурсно-орієнтованого підходу, реалізація яких передбачає перетворення побічних продуктів переробки на збалансовані кормові раціони з високою доданою вартістю, зниження ризиків цінової волатильності та дефіциту кормів, покращення керованості якістю та безпекою продукції тваринницької галузі. В подальших наукових дослідженнях пропонується зосередити увагу на розробці інноваційних моделей превентивного управління маркетингом, де має місце поєднання цифрових інструментів прогнозування попиту, аналітики трендів та адаптивних комунікаційних стратегій на ринках концентрованих кормів та тваринницької продукції. Це надає змогу виявити та дослідити ефект синергії між виробництвом концентрованих кормів і зростанням ефективності племінної справи, що створює умови для підвищення продуктивності та якості тваринницької продукції.

### Література

1. Безуглий О. М., Колеснік В. В., Соколенко А. В. Організаційно-економічний механізм забезпечення ефективного функціонування та розвитку підприємств агропромислового комплексу України. *Економічний вісник Донбасу*. 2023. № 2(72). С. 18–25.
2. Єфремова Н. Організаційно-економічний механізм управління інноваційною діяльністю аграрних підприємств. *Галицький економічний вісник*. 2023. Том 81. № 2. С. 115–122. DOI: 10.33108/galicianvisnyk\_tntu2023.02).
3. Сахацький М. П., Запша Г. М., Сахацький П. М. Науково-економічне забезпечення інвестування аграрного сектору та його економічної результативності. *Міжнародний науково-виробничий журнал. Економіка АПК*. 2020. № 11. (313). С. 30–38. URL: <https://eaprk.com.ua/uk/journals/vipusk-11-2020/naukovo-ekonomichne> (дата звернення: 12.08.2025).
4. Сітковська А. О., Полегенька М. А., Зима Є. М. Організаційно-економічний механізм управління витратами аграрних підприємств. *Інвестиції: практика та досвід*. 2024. № 20. С. 65–68. DOI: 10.32702/2306-6814.2024.20.65
5. Старов І. В. Організаційно-економічні механізми управління реструктуризацією аграрних підприємств в умовах інтеграційних процесів. *Регіональна економіка*. 2024. № 3 (2024). С. 140–147. DOI: 10.36818/1562-0905-2024-3-13
6. Багорка М. О., Кадирус І. Г. Упровадження маркетингової концепції управління в практичну діяльність аграрних підприємств. *Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво*. 2021. № 1(118). С. 42–47. URL: [dsau.dp.ua/handle/123456789/4902](https://dsau.dp.ua/handle/123456789/4902) (дата звернення: 14.08.2025).
7. Ільченко Т. Інноваційні підходи до маркетингової діяльності в агробізнесі. *Економіка та суспільство*. 2024. № 70. DOI: 10.32782/2524-0072/2024-70-27
8. Косар Н., Заяць П. Інструменти маркетингових онлайн-комунікацій на ринку кормів для домашніх тварин. *Економіка та суспільство*. 2024. (61). DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-61-147>
9. Лищенко М., Петренко О. Вплив сталого розвитку на маркетингову діяльність аграрних підприємств. *Економіка та суспільство*. 2024. № 65. DOI: 10.32782/2524-0072/2024-65-124
10. Мовчанюк А. Особливості управління маркетинговою діяльністю підприємств аграрного сектору України в умовах воєнного стану. *Економіка та суспільство*. 2023. № 54. DOI: 10.32782/2524-0072/2023-54-27
11. Серов В. В. Аналіз ефективності маркетингових заходів аграрних підприємств у процесі освоєння глобальних ринків. *Український журнал прикладної економіки та техніки*. 2024. Т. 9, № 3. С. 373–378. DOI: 10.36887/2415-8453-2024-3-67
12. Вороньцька І. С., Кравчук О. О., Петриченко І. І., Спринчук Н. А. Проблеми забезпечення якісними кормами фермерських господарств та особистих селянських господарств (ОСГ) в умовах територіальних громад. *Корми і кормовиробництво*. 2025. № 99. С. 213–227. DOI: 10.31073/kormovyrobnytstvo202599-19
13. Левандівський О. Т. Інвестиційний потенціал кормовиробництва в сучасних умовах господарювання. *Актуальні проблеми розвитку економіки регіону (серія «Агропромислова політика»)*. 2025. № 21 (Том 2). С. 52–59. DOI: 10.15330/apred.2.21.52-59
14. Шеленко Д. І., Мадрига Д. О. Інституційний механізм організації забезпечення галузі птахівництва кормами: аспекти контролю управління якістю. *Економіка та суспільство*. 2025. Випуск № 71. DOI: 10.32782/2524-0072/2025-71-4

15. Яців, І., Темненко, С. Особливості формування і функціонування ринку кормових добавок в Україні. *Аграрна економіка*. 2024. Т. 17(2). С. 3–11. DOI: 10.31734/agrarecon2024.02.003
16. Алексеева О. В., Шпикуляк О. Г., Шеленко Д. І. Ефективність реалізації ресурсного потенціалу сільськогосподарських підприємств у сучасних умовах господарювання. *Наукові інновації та передові технології*. 2023. № 11(25). С. 320–331. DOI: 10.52058/2786-5274-2023-11(25)-320-331
17. Макеєв О. О. Формування механізму управління ресурсним потенціалом суб'єктів аграрного бізнесу. *Український журнал прикладної економіки*. 2020. Том 5. № 2. С. 393–401. DOI: <https://doi.org/10.36887/2415-8453-2020-2-47>
18. Саламін О. С., Поперечний С. І. Актуальні проблеми формування та ефективного використання ресурсного потенціалу сільськогосподарських підприємств в умовах турбулентного ринкового середовища. *Економіка та суспільство*. 2024. Вип. 62. С. 212–217. DOI: 10.32782/2524-0072/2024-62-107
19. Степаненко С. В. Ресурсний потенціал аграрних підприємств: елементи та особливості їх поєднання в сучасних умовах. *Ефективна економіка*. 2022. № 2. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=10039> (дата звернення: 26.08.2025).
20. Суліма Н. М., Гуцул Т. А., Боровик Н. В. Формування ресурсного потенціалу аграрних підприємств в умовах інноваційного розвитку. *Економіка та суспільство*. 2024. Вип. 63. С. 94–101. DOI: 10.32782/2524-0072/2024-63-47
21. Кількість сільськогосподарських тварин на 1 січня. Державна служба статистики України. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 26.08.2025).

### References

1. Bezuhlyi O. M., Koliesnik V. V., Sokolenko A. V. Orhanizatsiino-ekonomichniy mekhanizm zabezpechennia efektyvnoho funktsionuvannia ta rozvytku pidpriemstv ahropromyslovoho kompleksu Ukrainy. *Ekonomichniy visnyk Donbasu*. 2023. № 2(72). S. 18–25 [in Ukrainian].
2. Yefremova N. Orhanizatsiino-ekonomichniy mekhanizm upravlinnia innovatsiinoiu diialnistiu ahrarynykh pidpriemstv. *Halyskyi ekonomichniy visnyk*. 2023. Tom 81. № 2. S. 115–122. DOI: 10.33108/galicianvisnyk\_tntu2023.02 [in Ukrainian].
3. Sakhatskyi M. P., Zapsha H. M., Sakhatskyi P. M. Naukovo-ekonomichne zabezpechennia investuvannia ahrarynoho sektoru ta yoho ekonomichnoi rezultatyvnosti. *Mizhnarodnyi naukovo-vyrobnychiy zhurnal. Ekonomika APK*. 2020. № 11. (313). S. 30–38. URL: <https://eapk.com.ua/uk/journals/vipusk-11-2020/naukovo-ekonomichne> (data zvernennia: 12.08.2025) [in Ukrainian].
4. Sitkovska A. O., Polehenka M. A., Zyma Ye. M. Orhanizatsiino-ekonomichniy mekhanizm upravlinnia vytratamy ahrarynykh pidpriemstv. *Investysii: praktyka ta dosvid*. 2024. № 20. S. 65–68. DOI: 10.32702/2306-6814.2024.20.65 [in Ukrainian].
5. Starov I. V. Orhanizatsiino-ekonomichni mekhanizmy upravlinnia restrukturyzatsiieu ahrarynykh pidpriemstv v umovakh intehratsiinykh protsesiv. *Rehionalna ekonomika*. 2024. № 3 (2024). S. 140–147. DOI: 10.36818/1562-0905-2024-3-13 [in Ukrainian].
6. Bahorka M. O., Kadyrus I. H. Uprovadzhennia marketynhovoї kontseptsii upravlinnia v praktychnu diialnist ahrarynykh pidpriemstv. *Derzhava ta rehiony. Serii: Ekonomika ta pidpriemnytstvo*. 2021. № 1(118). S. 42–47. URL: <dspace.dsau.dp.ua/handle/123456789/4902> (data zvernennia: 14.08.2025) [in Ukrainian].
7. Ilchenko T. Innovatsiini pidkhody do marketynhovoї diialnosti v ahrobiznesi. *Ekonomika ta suspilstvo*. 2024. № 70. DOI: 10.32782/2524-0072/2024-70-27 [in Ukrainian].
8. Kosar N., Zaiats P. Instrumenty marketynhovykh onlain-komunikatsii na rynku kormiv dlia domashnykh tvaryn. *Ekonomika ta suspilstvo*. 2024. (61). DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-61-147> [in Ukrainian].
9. Lyshenko M., Petrenko O. Vplyv staloho rozvytku na marketynhovu diialnist ahrarynykh pidpriemstv. *Ekonomika ta suspilstvo*. 2024. № 65. DOI: 10.32782/2524-0072/2024-65-124 [in Ukrainian].
10. Movchaniuk A. Osoblyvosti upravlinnia marketynhovoї diialnistiu pidpriemstv ahrarynoho sektoru Ukrainy v umovakh voiennoho stanu. *Ekonomika ta suspilstvo*. 2023. № 54. DOI: 10.32782/2524-0072/2023-54-27 [in Ukrainian].
11. Sierov V. V. Analiz efektyvnosti marketynhovykh zakhodiv ahrarynykh pidpriemstv u protsesi osvoinnna hlobalnykh rynkiv. *Ukrainskyi zhurnal prykladnoi ekonomiky ta tekhniky*. 2024. T. 9, № 3. S. 373–378. DOI: 10.36887/2415-8453-2024-3-67 [in Ukrainian].
12. Voronetska I. S., Kravchuk O. O., Petrychenko I. I., Sprynchuk N. A. Problemy zabezpechennia yakisnymy kormamy fermerskykh gospodarstv ta osobystykh selianskykh gospodarstv (OSH) v umovakh terytorialnykh hromad. *Kormy i kormovyrobnytstvo*. 2025. № 99. S. 213–227. DOI: 10.31073/kormovyrobnytstvo202599-19 [in Ukrainian].
13. Levandivskyi O. T. Investysiiyni potentsial kormovyrobnytstva v suchasnykh umovakh hospodariuvannia. *Aktualni problemy rozvytku ekonomiky rehionu (seriia "Ahropromyslova polityka")*. 2025. № 21 (Tom 2). S. 52–59. DOI: 10.15330/apred.2.21.52-59 [in Ukrainian].
14. Shelenko D. I., Madryha D. O. Instytutysiyni mekhanizm orhanizatsii zabezpechennia haluzi ptakhivnytstva kormamy: aspekty kontroliu upravlinnia yakistiu. *Ekonomika ta suspilstvo*. 2025. Vypusk № 71. DOI: 10.32782/2524-0072/2025-71-4 [in Ukrainian].

15. Iatsiv, I., Temnenko, S. Osoblyvosti formuvannia i funktsionuvannia rynku kormovykh dobavok v Ukraini. *Ahrarna ekonomika*. 2024. T. 17(2). S. 3–11. DOI: 10.31734/agrarecon2024.02.003 [in Ukrainian].
16. Aliksieieva O.V., Shpykuliak O.H., Shelenko D.I. Efektyvnist realizatsii resursnoho potentsialu silskohospodarskykh pidpriemstv u suchasnykh umovakh hospodariuvannia. *Naukovi innovatsii ta peredovi tekhnolohii*. 2023. № 11(25). S. 320–331. DOI: 10.52058/2786-5274-2023-11(25)-320-331 [in Ukrainian].
17. Makieiev O.O. Formuvannia mekhanizmu upravlinnia resursnym potentsialom subiektiv ahrarnoho biznesu. *Ukrainskyi zhurnal prykladnoi ekonomiky*. 2020. Tom 5. № 2. S. 393–401. DOI: <https://doi.org/10.36887/2415-8453-2020-2-47> [in Ukrainian].
18. Salamin O.S., Poperechnyi S.I. Aktualni problemy formuvannia ta efektyvnoho vykorystannia resursnoho potentsialu silskohospodarskykh pidpriemstv v umovakh turbulentnoho rynkovoho seredovyscha. *Ekonomika ta suspilstvo*. 2024. Vyp. 62. S. 212–217. DOI: 10.32782/2524-0072/2024-62-107 [in Ukrainian].
19. Stepanenko S.V. Resursnyi potentsial ahrarnykh pidpriemstv: elementy ta osoblyvosti yikh poiednannia v suchasnykh umovakh. *Efektyvna ekonomika*. 2022. № 2. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=10039> (data zvernennia: 26.08.2025) [in Ukrainian].
20. Sulima N.M., Hutsul T.A., Borovyk N.V. Formuvannia resursnoho potentsialu ahrarnykh pidpriemstv v umovakh innovatsiinoho rozvytku. *Ekonomika ta suspilstvo*. 2024. Vyp. 63. S. 94–101. DOI: 10.32782/2524-0072/2024-63-47 [in Ukrainian].
21. Kilkist silskohospodarskykh tvaryn na 1 sichnia. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/> (data zvernennia: 26.08.2025) [in Ukrainian].