

## **РИЗИК-ОРІЄНТОВАНИЙ ПІДХІД В ОЦІНЦІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ ТВАРИННИЦТВА**

**Перегуда Юлія Андріївна\***, кандидат географічних наук,  
доцент кафедри глобальної економіки,  
Національний університет біоресурсів і природокористування України;  
доцент кафедри міжнародних відносин,  
Навчально-науковий інститут міжнародних відносин та соціальних наук  
Міжрегіональної академії управління персоналом

\*ORCID 0000-0002-1434-2509

© Перегуда Ю. А., 2023

*Стаття отримана редакцією 20.02.2023 р.  
The article was received by editorial board on 20.02.2023*

**Вступ.** Конкурентоспроможність – це сила продукту (інформації, товару, послуги), яка переконує потенційних споживачів і змушує погодитися вже існуючих споживачів. Однак, конкурентоспроможність важко виміряти. У багатьох випадках загальна оцінка повинна бути зроблена на основі вимірювань множини показників, а конкурентоспроможність вимірюється на рівнях «продукт», «бренд», «бізнес», «галузь».

Найбільш об'єктивними методами оцінки є кількісні, але неможливість вираження деяких характеристик продукції кількісними показниками вимагає використання саме якісних методів оцінки. У зв'язку з цим першочерговим завданням нашого дослідження є підвищення об'єктивності оцінки конкурентоспроможності продукції спеціалізованих птахівничих підприємств за показниками якості. В умовах посилення глобалізаційних процесів на загальний рівень конкурентоспроможності продукції підприємств тваринництва впливає все більше факторів, а тому постає питання про формування комплексного показника конкурентоспроможності та пошук найбільш адекватних вимог до методів її оцінки. Серед основних, які певним чином намагаються більш системно проаналізувати та оцінити фактори, що впливають на конкурентоспроможність (визначити її рівень), слід виділити наступні: методи оцінки конкурентоспроможності товарів на основі їх ранжування, за обсягом продажу, диференціальний метод, комплексний метод та змішаний метод.

Якщо розглядають конкурентоспроможність продукції підприємств тваринництва, то, як правило, визначають ціну та якість виконання. Вплив цих показників визначає місце підприємства на ринку.

Якщо розглядати конкурентоспроможність продукції з позицій факторного аналізу, то слід звернути увагу на ризики невизначеності щодо безперервності діяльності підприємств тваринництва, зокрема в умовах воєнного стану.

**Огляд останніх джерел досліджень і публікацій.** Дослідженню проблем методичного забезпечення оцінки конкурентоспроможності продукції підприємств, розробленню та удосконаленню методик присвячено роботи багатьох науковців, серед яких: Azmi A.N., Kamin Y., Noordin M.K., Nasir A.N., Beier G., Ullrich A., Niehoff S., Reißig M., Habich M., Birkel H., Veile J.W., Müller J.M., Hartmann E., Voigt K.-I., Dobrowolska M., Knop L., Hu B., Zhang T., Yan S. Та інші [1–12].

**Мета статті.** Попри значну представленість досліджуваного питання в роботах представників вітчизняної та зарубіжної наукової економічної спільноти, слід відмітити недостатній рівень висвітлення питань, пов'язаних із застосуванням ризик-орієнтованого підходу в управління конкурентоспроможністю продукції підприємств тваринництва.

Зазначене обумовлює постановку мети дослідження – дослідити існуючі підходи та науково обґрунтувати можливість застосування ризик-орієнтованого підходу в оцінці конкурентоспроможності продукції підприємств тваринництва.

Методологія дослідження включає ряд загальнонаукових методів та прийомів: аналіз, синтез, ретроспективний аналіз, бібліографічний аналіз, компаративний аналіз, метод теоретичного узагальнення.

Основний матеріал і результати. Два основні параметри визначають основу конкурентоспроможності продукції, це споживчі параметри та ціна. Серед продукції однакового призначення більш конкурентоспроможною на ринку є та, яка завдяки своїм властивостям приносить найбільший ефект по відношенню до ціни споживання. Так, з нетоварних факторів конкурентоспроможності (рекламна активність, престиж фірми) формується такий показник конкурентоспроможності товару, як «популярність торгової марки». Цей показник при однакових споживчих параметрах і ціні відіграє важливу роль у встановленні рівня конкурентоспроможності продукції. Отже, управляти конкурентоспроможністю продукції тваринництва означає забезпечувати оптимальне співвідношення таких параметрів: підвищення якості продукції, зниження витрат на її зниження, підвищення популярності торгової марки.

Проблема підвищення конкурентоспроможності бізнесу організації методологічно тісно пов'язана з її оцінкою, оскільки вона є орієнтиром у прийнятті рішень щодо зміцнення ринкових позицій суб'єкта господарювання і, водночас, свідчить про ефективність здійснюваної діяльності. Оцінка конкурентоспроможності є методологічною основою для визначення шляхів підвищення конкурентоспроможності бізнесу підприємства та прийняття правильних рішень щодо формування та управління конкурентними перевагами. Вона дозволяє виявити сильні та слабкі сторони в діяльності суб'єкта господарювання, посилити його переваги та усунути недоліки.

Прийняття ефективних заходів, спрямованих на підвищення конкурентоспроможності діяльності підприємств тваринництва, вимагає наявності об'єктивного інструментарію її визначення.

На сьогоднішній день не існує загальноприйнятого підходу до оцінки конкурентоспроможності продукції підприємств. Вибір методу оцінки є суб'єктивним процесом, і оцінюючи конкурентоспроможність певного об'єкта за допомогою різних методик та підходів, можна отримати абсолютно протилежні результати. У зв'язку з цим дослідження багатьох вчених-економістів зосереджені на вивченні теоретико-методологічних засад визначення конкурентоспроможності суб'єктів господарювання. Саме тому аналіз існуючих методів та пошук методик, які б дозволили більш об'єктивно та точно визначати рівень конкурентоспроможності підприємств, є на сьогоднішній день актуальним завданням.

З цією метою проведемо аналіз наступних відомих методів оцінки конкурентоспроможності на предмет їх адаптивності до діяльності підприємств тваринництва (продукції).

1. *Оцінка конкурентоспроможності з точки зору порівняльних переваг.* Тут основним критерієм є низькі витрати, пов'язані з цим методом оцінки. Цей метод виражає найбільш традиційну точку зору про конкурентні переваги підприємства: чим вище конкурентоспроможність продукції, що випускається, тим вище конкурентоспроможність підприємства. Простота методу є його перевагою. Однак він не враховує всі інші фактори конкурентоспроможності продукції підприємств тваринництва, що знижує об'єктивність оцінки, тоді як якісна оцінка конкурентоспроможності підприємства потребує інформації, яка є більш деталізованою.

2. *Оцінка конкурентоспроможності в рамках теорії рівноваги А. Маршалла,* яка передбачає наявність у підприємства факторів виробництва, які можуть бути використані підприємством більш ефективно, ніж конкурентами. Ця теорія застосовна, коли ринок характеризується станом рівноваги, що передбачає наявність умов досконалої конкуренції. Підприємство досягає максимального обсягу виробництва та реалізації продукції при незмінному рівні попиту та розвитку технологій на даному ринку. Однак на практиці така ситуація не є типовою.

Крім того, розглядаючи лише вартісні фактори виробництва, ігноруються можливості нематеріальних активів підприємств тваринництва (якість продукції, імідж, рекламний ефект, застосування цифрових інструментів підвищення ефективності виробництва та зниження собівартості продукції тощо), вплив яких може бути досить визначальним. У зв'язку з цим, застосування описаної теорії не завжди може дати достовірні результати.

3. *Оцінка конкурентоспроможності на основі якості продукції.* Цей метод ґрунтується на оцінці низьких показників якості продукції та їх порівнянні з відповідними параметрами товарів-конкурентів. Перевагою цього методу є можливість врахування споживчих переваг. Однак при цьому ігноруються

інші важливі фактори конкурентоспроможності, що знижує достовірність та об'єктивність такої оцінки. Даний метод є дієвим в умовах застосування його підприємствами тваринництва для оцінки якості їх продукції.

4. Метод «профілю вимог» базується на застосуванні шкали експертних оцінок, яка визначає ступінь просування певного підприємства та співвідношення з найсильнішим конкурентом. Перевагою цього методу є наочність оцінки. Недоліком є те, що експертні оцінки можуть бути суб'єктивними і не відображати реальної ситуації.

5. Метод «профілю полярностей» ґрунтується на порівнянні параметрів, що свідчать про сильні та слабкі сторони підприємства, з параметрами підприємств-конкурентів. Рівень конкурентоспроможності за цим методом можна визначити легко і швидко. Однак, при цьому можна залишити поза увагою деякі характеристики діяльності підприємства та його конкурентів, які необхідно враховувати при визначенні рівня конкурентоспроможності. Тому застосування цього методу також не може дати вичерпної оцінки конкурентоспроможності.

6. Існує група так званих «матричних методів» оцінки конкурентоспроможності підприємства. До них відносяться наступні інструменти оцінки конкурентоспроможності:

– матриця Бостонської консалтингової групи (БКГ) – теоретично обґрунтований метод, який базується на маркетинговій оцінці продукції. Цей метод відрізняється простотою і наочністю. Він дозволяє приймати стратегічні рішення щодо товарної стратегії. Однак цей метод часто не враховує фінансові характеристики конкурентоспроможності підприємства;

– матриця McKinsey, що представляє собою систему координат, яка використовується для прийняття стратегічних рішень на основі взаємозв'язку двох параметрів: «конкурентоспроможність підприємства» та «привабливість галузі»;

– Матриця Ансоффа призначена для розробки можливих стратегій дій компанії в умовах зростаючого ринку. Можливість зростання визначається між категоріями існуючий ринок та існуючий продукт, існуючий ринок та новий продукт, новий ринок та існуючий продукт, новий ринок та новий продукт;

– SWOT-аналіз є найбільш поширеним і універсальним методом, що застосовується в багатьох галузях. На основі аналізу цей метод дозволяє виявити сильні та слабкі сторони підприємства, а також визначити потенційні можливості та зовнішні загрози. SWOT-аналіз пропонує можливість використовувати велику кількість якісних характеристик і дозволяє охарактеризувати фактори діяльності підприємства, які не піддаються кількісній оцінці.

7. STEP-аналіз – описова модель стратегічного аналізу, призначена для дослідження зовнішнього макросередовища підприємства. Він полягає в послідовному описі чотирьох груп факторів: соціальних, технологічних, політичних та економічних. Цей метод дозволяє оцінити вплив факторів зовнішнього макросередовища, але не враховує внутрішній потенціал підприємства і не дає чіткої кількісної оцінки, яка могла б дати інформацію про конкурентоспроможність підприємства.

8. При оцінці конкурентоспроможності часто використовуються методи експертних оцінок. Основна перевага цього підходу полягає в його універсальності, а також у можливості просто і швидко отримати необхідну оцінку конкурентоспроможності підприємства. Методи експертних оцінок є незамінними у випадку, коли неможливо кількісно оцінити ті чи інші параметри. Якість результатів, отриманих при такому підході, повністю залежить від професіоналізму експертів, їх інтуїції та бачення. Експертні оцінки доцільно використовувати як доповнення до об'єктивної оцінки конкурентоспроможності.

9. Графічний метод, заснований на побудові «гіпотетичного багатокутника», базується на аналізі восьми факторів конкурентоспроможності підприємства. Ці фактори представлені у вигляді векторів-багатокутників. Накладаючи отримані багатокутники конкурентоспроможності різних підприємств один на одного, можна наочно оцінити сильні та слабкі сторони підприємства по відношенню до конкурентів. Основною перевагою даного методу є наочність отриманих результатів. Недолік стосується можливої складності у визначенні фактичної довжини векторів, що свідчать про стан того чи іншого фактору конкурентоспроможності підприємства. У зв'язку з цим результати, отримані за допомогою даного методу, є досить умовними і потребують уточнення.

Оцінка ризиків – це спосіб, за допомогою якого організації вирішують, що робити в умовах сучасного складного ландшафту безпеки. Загрози і вразливості є скрізь. Вони можуть походити від зовнішнього суб'єкта або необережного користувача. Вони можуть бути навіть вбудовані в мережеву інфраструктуру.

Особи, які приймають рішення, повинні розуміти нагальність ризиків, яким піддається організація, а також те, скільки коштуватимуть зусилля по їх зменшенню. Оцінки ризиків допомагають встановити ці пріоритети. Вони оцінюють потенційний вплив та ймовірність кожного ризику. Потім особи, які приймають рішення, можуть оцінити, яким заходам зі зниження ризиків слід надати пріоритет в контексті стратегії, бюджету та термінів організації.

Конкурентний ризик – це потенційна можливість того, що конкуренти підприємства перешкоджають його зростанню та успіху. Оскільки багато компаній конкурують за одних і тих же цільових клієнтів і дистриб'юторів, вони можуть вживати заходів, які перешкоджають аналогічним підприємствам виходити на нові ринки і охоплювати клієнтів. Це деякі з основних факторів, які можуть зробити компанію вразливою до конкурентного ризику:

Зміна очікувань та смаків споживачів:

- конкуренція за ресурси для виробництва або дистрибуції;
- дисбаланс у використанні нових технологій;
- недосвідчений менеджмент;
- неякісне обслуговування клієнтів;
- неадекватний або неефективний маркетинг і PR;
- неефективні дистриб'ютори.

Організації можуть використовувати декілька підходів до оцінки ризиків – кількісний, якісний, напівкількісний, на основі активів, на основі вразливостей або на основі загроз. Кожна методологія може оцінити позицію організації щодо ризиків, але всі вони вимагають компромісів.

Кількісні методи привносять в процес аналітичну строгість. Активи та ризики отримують доларове вираження. Отримана оцінка ризиків може бути представлена у фінансових термінах, які легко зрозумілі керівництву та членам ради директорів. Аналіз витрат і вигод дозволяє особам, які приймають рішення, визначити пріоритетність варіантів пом'якшення наслідків.

Однак, кількісна методологія може бути неприйнятною. Деякі активи або ризики нелегко піддаються кількісній оцінці. Застосування до них кількісного підходу вимагає суб'єктивних суджень, що підриває об'єктивність оцінки.

Кількісні методи також можуть бути досить складними. Інформування про результати за межами залу засідань може бути складним. Крім того, деякі організації не мають внутрішнього досвіду, необхідного для кількісної оцінки ризиків. Організації часто беруть на себе додаткові витрати на залучення консультантів з технічними та фінансовими навичками.

Якщо кількісні методи застосовують науковий підхід до оцінки ризиків, то якісні методи мають більш журналістський підхід. Експерти зустрічаються з людьми по всій організації. Співробітники діляться думками про те, як вони будуть виконувати свою роботу, якщо система вийде з ладу, і чи будуть вони її виконувати. Експерти використовують цю інформацію для класифікації ризиків за такими приблизними шкалами, як високий, середній або низький.

Якісна оцінка ризиків дає загальну картину того, як ризики впливають на діяльність організації.

Якісні підходи за своєю суттю є суб'єктивними. Група з проведення оцінки повинна розробити сценарії, які легко пояснюються, розробити питання та методологію проведення інтерв'ю, щоб уникнути упередженості, а потім інтерпретувати отримані результати.

Без надійного фінансового підґрунтя для аналізу витрат і вигод може бути важко визначити пріоритетність варіантів пом'якшення наслідків зміни клімату.

Жодна з цих методик не є досконалою для застосування з метою оцінки конкурентоспроможності продукції тваринництва. Кожна з них має сильні та слабкі сторони.

Методології, засновані на вразливостях, розширюють сферу оцінки ризиків за межі активів організації. Цей процес починається з вивчення відомих слабких місць та недоліків в організаційних системах або середовищах, в яких ці системи функціонують.

Після цього експерти визначають можливі загрози, які можуть використати ці вразливості, а також потенційні наслідки таких дій.

Поєднання оцінок ризиків на основі вразливостей з процесом управління вразливостями в організації демонструє ефективне управління ризиками та процесами управління вразливостями.

Хоча такий підхід охоплює більше ризиків, ніж оцінка суто на основі активів, він ґрунтується на відомих вразливостях і може не охоплювати весь спектр загроз, з якими стикається організація.



**Висновки.** Наукова новизна проведеного дослідження полягає у подальшому розвитку методичного забезпечення оцінки конкурентоспроможності продукції підприємств тваринництва через врахування методики оцінки вразливостей та невизначеності діяльності. Це дозволить сформулювати потужний інструментарій оцінки конкурентоспроможності продукції підприємств тваринництва. Реалізація зазначеного потребує якісного інформаційного забезпечення аналізу, що може стати перспективним напрямом подальших досліджень у цій науковій царині.

#### **СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:**

1. Azmi A.N., Kamin Y., Noordin M.K., Nasir A.N. Towards industrial revolution 4.0: 'employers' expectations on fresh engineering graduates. *Int. J. Eng. Technol.* 2018. 7. С. 267–272.
2. Beier G., Ullrich A., Niehoff S., Reißig M., Habich M. Industry 4.0: How it is defined from a sociotechnical perspective and how much sustainability it includes. A literature review. *J. Clean. Prod.* 2020. 259 p.
3. Birkel H., Veile J.W., Müller J.M., Hartmann E., Voigt K.-I. Development of a Risk Framework for Industry 4.0 in the Context of Sustainability for Established Manufacturers. *Sustainability*. 2019. № 11. 384 p.
4. Dobrowolska M., Knop L. Fit to Work in the Business Models of the Industry 4.0 Age. *Sustainability*. 2020. № 12.
5. Hu B., Zhang T., Yan S. How Corporate Social Responsibility Influences Business Model Innovation: The Mediating Role of Organizational Legitimacy. *Sustainability*. 2020. № 12. p. 26–67.
6. Lele A. Industry 4.0. In *Disruptive Technologies for the Militaries and Security*; Springer: Singapore. 2019. P. 205–215.
7. Lu Y. Industry 4.0: A survey on technologies, applications and open research issues. *J. Ind. Inf. Integr.* 2017. № 6. P. 1–10.
8. Moradi E., Jafari S.M., Doorbash Z.M., Mirzaei A. Impact of organizational inertia on business model innovation, open innovation and corporate performance. *Asia Pac. Manag. Rev.* 2021. № 26. С. 171–179.
9. Olsen T.L. Industry 4.0: Opportunities and challenges for operations management / Olsen T.L., Tomlin B. // *Manuf. Serv. Oper. Manag.* 2020. № 22. С. 113–122.
10. Śledziwska K., Włoch R. Jakich kompetencji wymaga rewolucja przemysłowa 4.0? *Pomor. Prz. Gospod.* 2020. № 2. P. 1–4.
11. Xu L.D., Xu E.L., Li L. Industry 4.0: State of the art and future trends. *Int. J. Prod. Res.* 2018. № 56. P. 2941–2962.
12. Yun J.J., Zhao X. Business Model Innovation through a Rectangular Compass: From the Perspective of Open Innovation with Mechanism. *J. Open Innov. Technol. Mark. Complex.* 2020. № 6. 131 p.

#### **REFERENCES:**

1. Azmi, A.N., Kamin, Y., Noordin, M.K., Nasir, A.N. (2018). Towards industrial revolution 4.0: 'employers' expectations on fresh engineering graduates. *Int. J. Eng. Technol.*, no. 7, pp. 267–272.
2. Beier, G., Ullrich, A., Niehoff, S., Reißig, M., Habich, M. (2020). Industry 4.0: How it is defined from a sociotechnical perspective and how much sustainability it includes – A literature review. *J. Clean. Prod.*, 259 p.
3. Birkel, H., Veile, J.W., Müller, J.M., Hartmann, E., Voigt, K.-I. (2019). Development of a Risk Framework for Industry 4.0 in the Context of Sustainability for Established Manufacturers. *Sustainability*, no. 11, 384 p.
4. Dobrowolska, M., Knop, L. (2020). Fit to Work in the Business Models of the Industry 4.0 Age. *Sustainability*, no. 12.
5. Hu, B., Zhang, T., Yan, S. (2020). How Corporate Social Responsibility Influences Business Model Innovation: The Mediating Role of Organizational Legitimacy. *Sustainability*, no. 12, p. 2667.
6. Lele, A. (2019). Industry 4.0. In *Disruptive Technologies for the Militaries and Security*, Springer: Singapore, pp. 205–215.
7. Lu, Y. (2017). Industry 4.0: A survey on technologies, applications and open research issues. *J. Ind. Inf. Integr.*, no. 6, pp. 1–10.
8. Moradi, E., Jafari, S.M., Doorbash, Z.M., Mirzaei, A. (2021). Impact of organizational inertia on business model innovation, open innovation and corporate performance. *Asia Pac. Manag. Rev.*, no. 26, pp. 171–179.
9. Olsen, T.L., Tomlin, B. (2020). Industry 4.0: Opportunities and challenges for operations management. *Manuf. Serv. Oper. Manag.*, no. 22, pp. 113–122.
10. Śledziwska, K., Włoch, R. (2020). Jakich kompetencji wymaga rewolucja przemysłowa 4.0? *Pomor. Prz. Gospod.*, no. 2, pp. 1–4.
11. Xu, L.D., Xu, E.L., Li, L. (2018). Industry 4.0: State of the art and future trends. *Int. J. Prod. Res.*, no. 56, pp. 2941–2962.
12. Yun, J.J., Zhao, X. (2020). Business Model Innovation through a Rectangular Compass: From the Perspective of Open Innovation with Mechanism Design. *J. Open Innov. Technol. Mark. Complex.*, no. 6, p. 131.

УДК 336.6:330.1

JEL B50, B10

**Перегида Юлія Андріївна**, кандидат географічних наук, доцент кафедри глобальної економіки, Національний університет біоресурсів і природокористування України; доцент кафедри міжнародних відносин, Навчально-науковий інститут міжнародних відносин та соціальних наук Міжрегіональної академії управління персоналом. **Ризик-орієнтований підхід в оцінці конкурентоспроможності продукції тваринництва.**

Конкурентоспроможність продукції підприємств тваринництва є важливим елементом представленості вітчизняних суб'єктів на світовому ринку та зайняття окремої частки. Конкурентоспроможність – це переконлива сила, якою володіє сукупність проектної інформації. Оцінка конкурентоспроможності є одним із інструментів формування належної інформаційної бази прийняття управлінських рішень щодо підвищення ефективності діяльності підприємств тваринництва. Враховуючи умови, що склались наразі в контексті війни, важливим є також врахування ризиків діяльності. Метою дослідження стало вивчення існуючих підходів та наукове обґрунтування можливості застосування ризик-орієнтованого підходу в оцінці конкурентоспроможності продукції підприємств тваринництва. Наукова новизна проведеного дослідження полягає у подальшому розвитку методичного забезпечення оцінки конкурентоспроможності продукції підприємств тваринництва через врахування методики оцінки вразливостей та невизначеності діяльності.

**Ключові слова:** конкурентоспроможність продукції, тваринництво, ризики, оцінка конкурентоспроможності, ризик-орієнтований підхід.

UDC 336.6:330.1

JEL B50, B10

**Yuliia Pehuda**, Candidate of Geographical Sciences, Associate Professor of the Department of Global Economy, National University of Bioresources and Nature Management of Ukraine; Associate Professor of the Department of International Relations, Educational and Scientific Institute of International Relations and Social Sciences of the Interregional Academy of Personnel Management. **Risk-oriented approach in assessing the competitiveness of livestock products.**

Competitiveness of livestock production is an important element of representation of domestic entities on the world market and occupation of a separate share. Competitiveness is a persuasive force, which has a set of project information. Competitiveness assessment is one of the tools for the formation of an adequate information base for making management decisions to improve the efficiency of livestock enterprises. Given the current conditions in the context of war, it is also important to take into account the risks of activity. The aim of the study was to study existing approaches and scientific substantiation of the possibility of applying a risk-oriented approach in assessing the competitiveness of livestock enterprises. The scientific novelty of the study is in the further development of methodological support for assessing the competitiveness of livestock products by taking into account the methodology for assessing vulnerabilities and uncertainties of activities. Two main parameters determine the basis of product competitiveness, these are consumer parameters and price. Among the products of the same purpose more competitive in the market is the one that due to its properties brings the greatest effect in relation to the price of consumption. Thus, the non-commodity factors of competitiveness (advertising activity, prestige of the company) are used to form such an indicator of product competitiveness as "brand awareness". This indicator at the same consumer parameters and price plays an important role in establishing the level of competitiveness of products. Thus, to manage the competitiveness of livestock products means to ensure the optimal ratio of the following parameters: improving the quality of products, reducing the cost of its reduction, increasing the popularity of the brand. The problem of increasing the competitiveness of the organization's business is methodologically closely related to its assessment, as it is a guideline in decision-making to strengthen the market position of the business entity and, at the same time, indicates the effectiveness of the activities carried out.

**Key words:** competitiveness of products, livestock, risks, competitiveness assessment, risk-oriented approach.