



# Економіка. Проблеми економічного становлення

УДК 338.439.5:637'6](477)(045)

**Кирилюк О.Ф.,**

канд. екон. наук,  
доцент кафедри бухгалтерського обліку, аналізу та аудиту  
Національний університет біоресурсів і природокористування України

## *Напрями формування ринкової рівноваги на ринку продукції птахівництва України*

*У статті визначені основні напрями формування попиту та пропозиції на ринку продукції птахівництва в Україні, зроблені їх науково-теоретичні узагальнення. встановлені чинники, що впливають на рівень його збалансованості. Обґрунтовані напрями формування ринкової рівноваги на цьому ринку, зокрема такі як розширення ємності внутрішнього ринку за рахунок забезпечення споживання населенням високоякісної продукції до рівня фізіологічних норм харчування, а також експортного потенціалу продукції птахівництва, підвищення рівня впливу держави на формування його ринкової рівноваги.*

**Ключові слова:** *ринкова рівновага, ринок продукції птахівництва, попит, пропозиція, ємність ринку.*

Ринок продукції птахівництва є важливою складовою вітчизняного агропродовольчого ринку і опосередковано визначає рівень добробуту населення та досягнення стратегічних цілей держави у забезпеченні продовольчої незалежності країни. Методологічні засади національного ринку продовольства закладені у попередні періоди, за сучасних умов складові елементи методології формування і функціонування галузевого ринку в контексті світових тенденцій функціонування продовольчих ринків та проведення загальнодержавних реформ аграрного сектора й галузі птахівництва зокрема потребують удосконалення.

В історичному аспекті розвиток ринкового середовища визначається впливом світових тенденцій, динамічною позицією на ринку економічно розвинутих країн порівняно з країнами, що розвиваються, темпами збільшення населення планети, активізацією глобалізаційних процесів. Водночас темпи сільськогосподарського виробництва у традиційно розвинутих країнах-експортерах сповільнюються, відповідно зростаючий попит на продовольчі товари можна буде задовольнити за рахунок продукції за більш високими цінами, що потребуватиме відмови від практики перешкоджання торгівлі та сприятиме більшій відкритості ринків. Це значною мірою впливає на розуміння сутності ринку та його елементів: попиту, пропозиції, конкуренції. Необхідність поглиблення економічного змісту досліджень з проблем регулювання ринку птахівничої продукції обумовлена кількома причинами, а саме: необхідністю збалансування сукупного попиту і сукупної пропозиції, забезпечення продовольчої безпеки країни в частині виробництва і споживання продукції, забезпечення платоспроможного попиту населення у продукції тваринництва, потреб



харчової промисловості у сировині, захист внутрішнього ринку та створення умов просування продукції на зовнішні ринки.

Збалансування обсягів виробництва продукції птахівництва, її імпорту із забезпеченням потреб внутрішнього ринку згідно із завданнями продовольчої безпеки країни та розвиток експортного потенціалу галузі потребують узагальнення наукової економічної думки щодо механізмів формування ринкової рівноваги на ринках агропродовольчої продукції та ринку продукції птахівництва зокрема. Безперечно актуальність цих питань підкреслено і у розробленій Стратегії розвитку аграрного сектору економіки на період до 2020 р.[1], в якій вказано на недостатню ефективність самоорганізації та саморегулювання ринку сільськогосподарської продукції і продовольства, недосконалість каналів та умов просування сільськогосподарської продукції та продовольства на міжнародний ринок, недосконалість чинної системи і недосконалість критеріїв надання державної підтримки, які не повною мірою враховують особливості технології виробництва продукції тваринництва, інноваційність технологій, забезпечення якості харчових продуктів.

Проблеми формування і розвитку ринку та вивчення ефективності його функціонування досліджуються зарубіжними та вітчизняними науковцями. Формування теоретичних концепцій дослідження ринку знайшли відображення у наукових працях А.Сміта, Д. Рікардо, Дж. Кейнса, П. Самуельсона, Т. Армстронга, Ф. Котлера та інших видатних вчених.

Категорія «ринок» в історичному плані є багатоаспектною та багатоваріантною. Різноманітність визначення її зумовлена як різними сферами застосування, так і використанням понятійного апарату різних економічних теорій. Так, поняття ринку як сукупності продавців і покупців, місця зустрічі продавців і покупців, умов купівлі-продажу домінувало у класичній політекономії [2, с. 24]. Становлення і розвиток ринкової системи в період натурального виробництва відбувалося за умови насичення ринку невеликими обсягами відповідних товарів. З розвитком матеріального виробництва збільшувались обсяги купівлі-продажу, тобто роль ринку зростала. На шляху до розвитку суспільних відносин ринок формувався під впливом відповідних умов розвитку економіки держав та завдання суспільства на різних етапах становлення. Окремі науковці розглядають сутність ринку як економічної категорії у вузькому чи широкому розумінні. Так, у вузькому розумінні категорія «ринок» трактується як формування під впливом попиту і пропозиції системи економічних відносин між представниками пропозиції і споживачами товарів та послуг. Таким чином, саме завдяки ринку відбувається формування завдання обсягу продукції встановленої якості товаровиробникам з метою задоволення попиту різних категорій споживачів. На нашу думку, така характеристика відображає одну сторону ринку, не вказуючи місця інших суб'єктів ринкових відносин, а саме: виробників, постачальників, посередників, споживачів. Твердження про ринок як тип господарського зв'язку між суб'єктами господарювання базується на висловлюванні П. Самуельсона і В.Нордгауза: «...ринок – це механізм, через який продавці і покупці взаємодіють, щоб визначити ціну і кількість товару» [3, с.18]. Г. Армстронг і Ф. Котлер вважають ринок сукупністю наявних і потенційних покупців товару і розмір його залежить від кількості покупців, які мають потребу в будь-якому товарі і кошти для здійснення угоди при бажанні обміняти наявні кошти на потрібний товар [4, с. 34]. Розглядаючи категорію «ринок» у більш широкому розумінні, науковці розглядають його як систему економічних відносин, що складається у процесі виробництва, обігу й розподілу товарів, а також руху грошових коштів. При цьому характерним для них є свобода суб'єктів у виборі продавців та покупців, визначенні цін, формуванні й використанні матеріальних й фінансових ресурсів. У цей самий час зростає роль держави у регулюванні таких відносин шляхом дії непрямих економічних регуляторів: податків, митних платежів, бюджетних і кредитних ресурсів. Таке трактування ринку охоплює не тільки відносини купівлі-продажу товарів і послуг, а й відносини власності, матеріального виробництва, економічного розподілу, споживання товарів. У процесі розвитку та зростання ролі ринку в суспільному житті ринкові відносини постійно змінюються. Ринок стає сполучною ланкою між виробництвом, споживанням, відображенням суспільної оцінки результатів праці відособлених товаровиробників, та створює умови для підвищення



ефективності виробництва Отже, ринок є специфічною сферою обміну товарами і послугами. Тут виникають і реалізуються відносини просування товарів від виробника до споживача через процес купівлі – продажу. На сучасному етапі розвитку аграрного сектора ринкові відносини потребують нових методів організації агропродовольчого ринку як складової економічної системи: «...ринок продовольства в економічному відношенні визначає сферу взаємодії суб'єктів ринку по забезпеченню виробництва і вільного руху сільськогосподарської продукції, продуктів її переробки, тобто продовольчих товарів, технологій, засобів виробництва і послуг для агропромислового комплексу, аграрної, науково-технічної продукції» [5, с.178].

Дослідженню формування і розвитку вітчизняного агропродовольчого ринку та галузевих ринків, визначенню ролі держави у їх ефективному функціонуванні присвячені роботи В.Г. Андрійчука, О.В.Березіна, В.І.Бойка, О.В.Бородіної, П.І.Гайдуцького, Б.Й.Пасхавера, П.Т.Саблука, О.М. Шпичака. Вагомий внесок у вивчення теоретико-методологічних питань цієї проблеми, вирішенню методичних і прикладних аспектів щодо формування агропродовольчого ринку, удосконаленню економічного механізму його функціонування зробили А.Д.Діброва, М.М. Ільчук, Ю.Я.Лузан, Ю.О.Лупенко. Водночас динамізм сучасних глобалізаційних, економічних, політичних і соціальних чинників вимагає поглиблення досліджень впливу ринкових трансформацій на розвиток ринку продукції птахівництва як важливої складової агропродовольчого ринку і рівень споживання дієтичної продукції, механізму збалансування потенційного попиту і пропозиції на продукцію галузі після вступу України до СОТ, інтеграції до ЄС і поглиблення конкуренції на світовому ринку м'яса.

*Метою цієї статті є дослідження теоретико-методологічних засад та визначення основних напрямів формування ринкової рівноваги на ринку продукції птахівництва, їх прикладних аспектів та обґрунтування напрямів удосконалення механізмів її забезпечення на ринку продукції птахівництва в контексті глобалізації продовольчих ринків.*

Матеріалами досліджень слугували наукові праці вітчизняних та зарубіжних вчених і практиків щодо проблем і механізмів формування ринкової рівноваги на ринку продовольства, в тому числі і ринку продукції птахівництва. У методиці дослідження враховувалось формування і взаємодія факторів на засадах аналізу і синтезу, аналітичного передбачення процесів, сумісності їх елементів із законами ринкової економіки, конкуренції та особливостей в умовах глобалізації продовольчих ринків. Для досягнення поставленої мети використано такі методи: діалектичний (вивчення економічних явищ і теоретичних засад), абстрактно-логічний (теоретичні узагальнення і формування висновків), статистичні.

Вітчизняна галузь птахівництва динамічно розвивається, проте за останні роки відзначається сповільнення цих темпів. Значну роль у цьому відіграло збільшення імпорту м'яса птиці не завжди кращої якості. Разом з цим експорт продукції стримується під впливом внутрішніх та зовнішніх чинників. Встановлено, що в структурі споживання населенням м'ясних продуктів найбільшу частку становить м'ясо птиці, що актуалізує здійснення регуляторної політики держави на ринку продукції птахівництва. Ринок продукції птахівництва має специфічні особливості, які необхідно враховувати при визначенні механізмів балансування попиту і пропозиції, а саме:

- ринок продукції птахівництва займає вагомe місце в структурі агропродовольчого ринку;
- продукція птахівництва за сучасних умов становить основу ринку м'яса і м'ясних продуктів і тісно пов'язана з іншими продуктовими ринками через низький платоспроможний попит населення на продукти харчування;
- ринок яєць і м'яса птиці якісно виділяється серед інших ринків продуктів харчування через високий рівень взаємозамінності, обумовленістю обсягів виробництва рівнем платоспроможного попиту;
- на ринок продукції птахівництва значно впливає сезонність виробництва і споживання яєць і м'яса птиці. З огляду на специфіку продукції він потрапляє у сферу як економічних, так і соціальних та політичних інтересів держави. Стабільність його функціонування й забезпечення продовольчої безпеки країни є ключовими завданнями подальшого розвитку галузі.



Розв'язання проблем продовольчої безпеки залежить від збалансованості попиту і пропозиції, цінових коливань на ринку продукції, величини доходів населення та його купівельної спроможності. Слід відзначити, що в історичному аспекті специфічним чинником формування вітчизняного ринку продукції птахівництва є зниження доходів населення, пов'язане з економічною кризою і падінням його життєвого рівня. Після 1990 р споживання окремих продуктів харчування значно скоротилося, погіршилась його структура. Найбільш високі темпи скорочення споживання притаманні висококалорійним видам харчових продуктів – м'яса, молока, яєць, овочів. Середньорічний рівень споживання цих продовольчих товарів у розрахунку на одну особу став нижче науково обґрунтованих нормативів (Табл. 1).

Таблиця 1

**Порівняльний аналіз рівня споживання основних продуктів харчування в Україні (у розрахунку на одну особу)**

Продукти харчування	Рік						
	1990	2000	2005	2010	2011	2012	2012+,- до 1990
	У % до рекомендованих норм						
М'ясо та м'ясопродукти	75,7	39,5	47,1	62,7	61,7	65,5	-10,2
Молоко та молочні продукти	98,2	52,4	59,4	54,3	53,9	56,6	-41,6
Плоди, ягоди та виноград	52,3	32,5	41,2	53,3	58,0	59,0	+6,7
Овочі та баштанні культури	63,6	63,2	74,7	89,1	101,1	101,5	+37,9
Яйця, шт.	93,8	57,2	82,1	100,0	106,9	105,9	+12,1
Олія	89,2	72,3	103,8	113,8	105,3	100,0	+10,8
Хлібні продукти	139,6	123,7	122,3	110,2	109,3	109,4	-30,2
Картопля	105,6	109,2	109,3	104,0	112,2	113,1	+7,5
Цукор	131,5	96,8	100,3	97,6	101,3	98,9	-32,6

Джерело: розраховано на основі даних Державного комітету статистики України [6]

Річне споживання м'яса у розрахунку на одну особу у 1990 р. становило 75, 5 % від встановлених нормативів, молока і молочних продуктів – 98,2 %, плодів і ягід та винограду – трохи вище половини нормативів. За досліджуваний період споживання цих продуктів дещо покращилось, проте залишається нижче встановленої межі. Водночас внутрішній споживчий ринок яєць та олії близький до насичення. Незважаючи на те, що споживання хлібних продуктів, картоплі, цукру у 1990 р. було вище за науково обґрунтовані норми, ці показники і у 2012 р. ще залишаються досить високими. У результаті енергетична цінність середньодобового раціону харчування середньостатистичного українця зменшилась із 3597 ккал у 1990 р. до 2954 ккал у 2012 р. Характерним є формування енергетичної цінності добового раціону за рахунок продукції рослинного походження: на продукцію тваринництва в структурі раціону припадає лише у 1990 р. – 28,5%, у 2012 р. – 28,6 % при величині порогового критерію 55%. Фактичне споживання за продовольчими групами «хлібопродукти», «картопля» перевищує раціональну норму, що вказує на незбалансованість харчування населення, яке намагається забезпечити власні енергетичні потреби за рахунок більш економічно доступних продуктів.

Характерною особливістю на ринку харчових продуктів є нееластичність попиту, що впливає із дії законів попиту і пропозиції: споживачі скорочують придбання продовольчих товарів при підвищенні ціни на них, і, навпаки, купують їх більше при зниженні ціни пропозиції. Попит на ці товари тісно пов'язаний із фізіологічними потребами людей та дією інших чинників. При цьому частка витрат домогосподарств населення на продовольчі товари залишається досить високою. Хоча тенденцію динамічного зниження реальних



доходів населення до певної міри було усунуто до 2000 р., місткість платоспроможного попиту населення і у наступні роки обмежується рівнем його платоспроможності. Дослідженнями встановлено закономірність низькокалорійного харчування населення у районах з низьким рівнем доходів. При цьому основною проблемою є не відсутність на ринку висококалорійних продуктів харчування, а відсутність можливості їх придбати.

У результаті існує проблема отримання з продуктами харчування необхідної кількості калорій для забезпечення здорового та активного способу життя. У 2012 р. сукупні витрати домогосподарств становили 3591,76 грн. на місяць. Із загальної суми домогосподарства витрачали на харчування 1866,74 грн. на місяць. Таким чином, індикатор доступності продуктів харчування у 2012 р. становив 52 % при його 60-відсотковому граничному критерії. У загальній структурі витрат на продукти харчування найвищу питому вагу займали витрати на: м'ясо і м'ясопродукти – 25 %, молоко і молочні продукти – 14 %, хліб і хлібопродукти – 13 %. Важливою складовою збалансованості попиту і пропозиції та визначення продовольчої незалежності за окремими продуктами є індикатор ємності внутрішнього ринку (добуток річного середньодушового споживання певного продукту та середньорічної чисельності населення) (Табл. 2).

Таблиця 2

**Динаміка ємності внутрішнього ринку продуктів харчування в Україні (тис. т.)**

Продукти харчування	Рік						
	1990	2000	2005	2010	2011	2012	2012/ 1990,%
М'ясо та м'ясопродукти, всього	2002	1611	1844	2384	2339	2478	124
Молоко та молочні продукти	12548	9789	10625	9470	9363	9797	78
Плоди, ягоди та виноград	1720	1439	1750	2203	2405	2432	141
Овочі та баштанні культури	4978	5002	5663	6581	7440	7452	150
Яйця, млн.шт.	8825	8142	11207	13280	14165	14020	158
Олія	423	461	635	680	625	591	140
Хлібні продукти	6617	6141	5817	5106	5047	4990	75
Картопля	6376	6660	6386	5914	6368	6394	100
Цукор	1627	1809	1795	1704	1758	1713	105

Джерело: розраховано на основі даних Державного комітету статистики України [6]

Встановлено, що за досліджуваний період відбулося збільшення ємності внутрішнього ринку по більшості продовольчих груп, відбулося зростання споживчого попиту на ті види продовольства, споживання яких найбільше відстає від раціональних норм. Разом з тим, зниження середньодушового споживання призвело до скорочення ємності внутрішнього ринку за такими групами продовольства як «хлібні продукти», «молоко та молочні продукти».

Задоволення потреб населення у продовольстві у межах його купівельної спроможності у 2012 р., як і у попередні роки, здійснювалося, в основному, за рахунок продукції вітчизняного виробництва. При цьому частка окремих імпортованих харчових продуктів залишається суттєвою (Табл. 3).

Найбільш уразливими позиціями, з точки зору імпортозалежності, залишаються позиції «плоди, ягоди та виноград», «олія», частка імпорту у 2012 р за цими групами у загальному споживанні становить відповідно 48 та 39 відсотка при 30-відсотковому пороговому критерію цього індикатора.

Значний відсоток імпорту олії обумовлений ввезенням тропічних олій, які не виробляються в Україні (пальмова, кокосова та ін.), але широко використовуються при виробництві продовольчих та непродовольчих товарів вітчизняними підприємствами. Внутрішній попит на соняшникову олію повністю забезпечувався за рахунок власного виробництва. Основну



частину імпорту плодово-ягідної продукції складають екзотичні види фруктів (цитрусові, банани, фініки, ананаси тощо), питома вага яких у загальному обсязі імпорту плодово-ягідної продукції у 2012 році становила майже 70 відсотків. Позитивним моментом стало зменшення частки імпорту у внутрішньому споживанні цукру з 9,9% у 2005 р. до 0,6% у 2012 р., що обумовлено достатнім наповненням внутрішнього ринку цукром вітчизняного виробництва.

Таблиця 3

**Рівень імпортозалежності за групами продовольства, %**

Продукти харчування	Рік				
	2005	2010	2011	2012	2012р+,- до 2005
М'ясо та м'ясопродукти, всього	18	16	10	17	-1
у тому числі: яловичина	7	6	6	4	-3
свинина	18	23	18	30	-12
птиця	28	15	6	11	-17
Молоко та молочні продукти	1	0	3	3	+2
Плоди, ягоди та виноград	49	51	49	48	+1
Овочі та баштанні культури	2	5	4	3	1
Олія	42	47	40	39	-3
Хлібні продукти	4	3	5	5	+1
Цукор	10	5	3	1	-9

Джерело: розраховано на основі даних Державного Комітету статистики України[6]

Внаслідок підвищення споживчого попиту на м'ясо і м'ясопродукти, який, незважаючи на нарощування виробництва, сьогодні неспроможний задовольнити українські сільгосп-виробники, відзначалося зростання імпорту м'яса і м'ясопродуктів у 2012 р. порівняно з попереднім роком, частка якого у внутрішньому споживанні зростає і становила 17%.. Рівень розвитку ринку м'яса птиці значною мірою визначається збалансованістю попиту і виробництва продукції у країні (табл. 4).

Таблиця 4

**Оцінка збалансованості попиту і пропозиції на ринку м'яса птиці в Україні (тис. т.)**

Показник	Рік								
	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2012/2005,%
Попит на продукцію всього, тис. т.,	673	743	834	1010	1084	1103	1082	1171	174
у тому числі:									
внутрішнього ринку:	658	742	827	1001	1065	1070	1032	1089	166
зовнішнього ринку	15	1	7	9	19	33	50	82	546
Пропозиція продукції всього, тис. т.,	673	743	834	1010	1084	1103	1082	1171	174
у тому числі									
внутрішнього ринку	493	588	687	748	888	946	973	1055	214
зовнішнього ринку	180	155	147	262	196	157	65	116	64
Частка імпорту у фонді споживання, %	28	21	18	26	18	15	6	11	-17
Споживання на особу імпортової продукції, кг	3,8	3,3	3,2	5,7	4,2	3,4	1,4	2,5	66
Співвідношення пропозиції на внутрішньому ринку до попиту на внутрішньому ринку, %	75	79	83	75	83	88	94	97	+17



Продовження таблиці 4

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Співвідношення власного виробництва до попиту на внутрішньому ринку, %	75	79	83	79	84	89	96	98	+23
Співвідношення власного виробництва продукції до загального попиту на неї, %	74	79	83	79	82	86	92	92	+18
Співвідношення пропозиції до внутрішнього попиту, %	102	100	101	101	102	103	105	108	+6

Джерело: розраховано за даними Державного комітету статистики України [6]

Показник збалансованості попиту і пропозиції м'яса птиці більше 100% вказує на те, що за 2005–2012 рр. пропозиція м'яса птиці перевищує попит на внутрішньому ринку, що приводить до збільшення перехідних залишків продукції. При цьому пропозиція на внутрішньому ринку вітчизняної продукції в окремі роки забезпечувала попит внутрішнього ринку лише на 75% (2005 р.) рівень імпортозалежності щорічно зменшувався.

Дослідження динаміки вітчизняного виробництва та імпорту м'яса птиці, їх взаємозалежності засвідчили, що імпорт за своїм призначенням має посилити формування сукупної пропозиції на ринку продукції, оскільки попит за останні роки має тенденцію до зростання. При цьому механізм товарної інтервенції (2005, 2008, 2012 рр.) виконував роль своєрідного стабілізатора ринкового попиту. При збільшенні виробництва продукції логічним є обмеження імпорту курятини на внутрішній ринок. Вагомим чинником є демпінгові ціни імпортової продукції, що вказує на необхідність здійснення заходів підтримки національних товаровиробників та підвищення їх конкурентоспроможності.

Поглиблення процесів глобалізації, лібералізації торгівлі підкреслює необхідність адаптації вітчизняних підприємств до зміни кон'юнктури світового продовольчого ринку з метою збільшення їх внеску у вирішення продовольчої проблеми. Подальше удосконалення економічного механізму формування і розвитку ринку продукції птахівництва має бути спрямоване на забезпечення потреб внутрішнього ринку та провідних позицій на світовому продовольчому ринку. Дослідження довели нерівномірність розвитку підприємств різних форм власності та організації виробництва, відсутність мотивації до кооперації та укрупнення дрібних товаровиробників, включаючи населення, нестабільні конкурентні позиції вітчизняної продукції на зовнішніх ринках через незавершення гармонізації стандартів її якості до європейських вимог та безпечності продовольства. Впровадження європейських норм якісних параметрів потребує прискорення темпів техніко — технологічного оновлення виробництва яєць і м'яса птиці, підвищує ризики збільшення виробничих витрат у зв'язку із впровадженням новітніх технологій, нерозвинутістю логістики та відсутністю мотивації товаровиробників до дотримання екологізації виробництва. При цьому ємність внутрішнього ринку суттєво обмежується низьким рівнем платоспроможності населення.

Дослідженнями встановлено, що підтримка з боку держави птахівничих підприємств стала вагомим чинником нарощування виробництва яєць і м'яса птиці, а також регулювання ринку сприяло більш повному забезпеченню населення продуктами харчування. За сучасних умов насичення внутрішнього ринку продукцією виникає потреба стимулювання національного споживання шляхом підвищення платоспроможності населення, а також підтримка з боку держави забезпечення підвищення конкурентоспроможності продукції шляхом впровадження на підприємствах відповідних стандартів якості та безпечності продукції, оптимізації ринковими важелями і механізмами виробництва та збуту продукції з урахуванням зовнішньоекономічних зв'язків. Вплив держави при цьому залежить від типу макроринку, який формувалася під впливом певних умов балансування попиту і пропозиції. Встановлено, що до ринків, де сукупна пропозиція перевищує сукупний попит, належать ринки зерна, олії, цукру. Стосовно ринків збуту тут присутні прояви олігополії та частково



монополії. На цих ринках держава стимулює експорт продукції з використанням різних інструментів впливу на зменшення пропозиції на внутрішньому ринку. До ринків, сформованих на основі ринкової рівноваги, можна віднести ринки, де загальна пропозиція з урахуванням імпорту близькі до обсягу споживання за різними напрямками. Сюди можна віднести ринок картоплі, де має місце збалансування попиту і пропозиції без втручання держави. Ринки м'яса, плодів, ягід можна віднести до ринків із наявним дефіцитом пропозиції, коли внутрішній попит не задовольняється виробництвом вітчизняних підприємств. Так, на ринку м'яса птиці проявляється олігополія імпортерів, а також елементи вільного і регульованого ринку. Тут через специфіку продукції здійснюється регулювання інтервенційними заходами. На нашу думку, необхідно здійснювати стимулювання державою відповідними інструментами власного виробництва продукції птахівництва, встановленої якості відповідно до зобов'язань при вступі до СОТ.

Розвиток ринку продукції птахівництва слід розглядати у нерозривному зв'язку із виконанням стратегічних завдань держави по забезпеченню продовольчої безпеки країни. Основними напрямками формування ринкової рівноваги цьому ринку є: забезпечення рівня споживання населенням країни високоякісної продукції птахівництва до рівня фізіологічних норм харчування, зокрема, м'яса птиці, що дасть змогу значно розширити ємність внутрішнього ринку; розширення експортного потенціалу продукції птахівництва з огляду на збільшення ємності зовнішніх ринків; зниження імпортозалежності продукції птахівництва; оптимізація збалансованості попиту і пропозиції продукції на ринку м'яса птиці з розширенням експортного потенціалу підприємств.

Крім того, проведені дослідження показали, що для вітчизняного ринку продукції птахівництва проблеми збалансування попиту і пропозиції знаходяться у площині регуляторної політики. Недосконалість державного впливу на ці процеси вносить дисбаланс у споживання населенням м'яса птиці, а функціонування цього ринку носять в окремих випадках ситуативний характер і в часовому періоді не завжди є ефективними. При цьому ринок продукції птахівництва частково формується за рахунок продукції особистих господарств населення і є дерегульованим. Формування мережі оптових ринків продукції птахівництва забезпечуватиме формування цін на основі попиту і пропозиції.

З метою удосконалення функціонування і розвитку цього сегменту агропродовольчого ринку необхідно забезпечити зважений вплив держави у процес формування попиту і пропозиції продукції птахівництва, активізувати експорт яєць і м'яса птиці. Важливим при цьому є врахування наступних напрямів державного впливу по збалансованості цього ринку, а саме: надання пільгових кредитів птахівничим підприємствам з метою запровадження системи сертифікації виробництва та стандартизації продукції птахівництва, встановлення економічно обґрунтованих цін на конкурентоспроможну продукцію з врахуванням понесених витрат на впровадження системи НАССР; збалансування забезпечення попиту внутрішнього ринку та ефективності експортних операцій шляхом застосування механізмів впливу держави на розвиток галузі та оперативного впливу на кон'юнктуру ринку яєць і м'яса птиці при нарощуванні темпів розвитку виробництва інших видів тваринницької продукції, запровадження системи узгодження економічних інтересів в ланцюгу «виробництво-переробка-торгівля».

### Література:

1. Стратегія розвитку аграрного сектору економіки на період до 2020 року. Розпорядження Кабінету Міністрів України. <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/806-2013-%D1%80>
2. The Pocket Oxford Dictionary of Current English / Revised Eighth Edition/ — New York: Oxford University Press, 1996/ — P/ 543/
3. Самуельсон П. Макроекономіка: [пер. з англ.] / П. Самуельсон, В. Нордгауз — К.: Основи, 1995. — 574 с.
4. Армстронг Г. Маркетинг / Г. Армстронг, Ф. Котле; пер. з англ. — М.: 2001. — 608 с.
5. Білик Ю.Д. Становлення і розвиток сучасного продовольчого ринку в Україні / Ю.Д. Білик // Формування та розвиток аграрного ринку: зб. наук. праць — К.: ННЦ «Інститут аграрної економіки», 2004. — С.177-189





6. Державна служба статистики України – Електронний ресурс [Режим доступу] — <http://www.ukrstat.gov.ua/>

**Кирилюк О.Ф.**, канд. экон. наук, доцент кафедри бухгалтерського учета, анализа и аудита Национальный университет биоресурсов и природопользования Украины

**Направления формирования рыночного равновесия на рынке продукции птицеводства Украины.** В статье определены основные направления формирования спроса и предложения на рынке продукции птицеводства в Украине, сделаны их научно — теоретические обобщения, установлены факторы, влияющие на уровень его сбалансированности. Обоснованы следующие направления формирования рыночного равновесия на этом рынке, в частности, расширение емкости внутреннего рынка за счет обеспечения потребления населением высококачественной продукции до уровня физиологических норм питания, а также экспортного потенциала продукции птицеводства, повышения уровня влияния государства на формирование его рыночного равновесия.

**Ключевые слова:** рыночное равновесие, рынок продукции птицеводства, спрос, предложение, емкость рынка.

**Kyryliuk O.F.**, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor of Accounting, Analysis and Audit Department, National University of Life and Environmental Sciences of Ukraine

**Key trends of market balance formation on the poultry market of Ukraine.** The main directions of demand and supply formation on the market of poultry products in Ukraine are defined in the article. The scientific and theoretical generalization of these directions have been made. The factors that affect the level of market balance have been established.

The following directions for the formation of market balance on this market such as expanding the capacity of the internal market by providing consumption of high-quality products to the level of physiological standards of nutrition, as well as increasing the poultry export potential, raising the state influence on the state market balance formation are substantiated.

**Key words:** market balance, poultry market, demand, supply, market capacity.

УДК 658.8:005]:636.5/.6](045)

**Кирилюк Д.О.,**

аспірант кафедри світового сільського господарства та менеджменту ЗЕД  
Національного університету біоресурсів і природокористування України

### *Роль маркетингового менеджменту на підприємствах галузі птахівництва*

У статті проаналізовані попередні дослідження питання розвитку маркетингового менеджменту, визначена актуальність поточного дослідження. Визначені ключові елементи системи маркетингового менеджменту на підприємствах галузі птахівництва. Проілюстровані основні результати та перспективи правильного використання елементів маркетингового менеджменту на птахівничих підприємствах, запропоновані основні заходи побудови системи маркетингового менеджменту та їх основні завдання для виконання.

**Ключові слова:** маркетинговий менеджмент, птахівництво, ринок, конкурентоспроможність, експорт, імпорт, споживчий попит, рекламна діяльність.

Птахівництво є однією з галузей, що дуже швидко розвиваються. Аналіз поточної ситуації свідчить, що в сучасних умовах, коли птахівництво розвивається на основі високотехнологічного виробництва, найбільш значущі його резерви зосереджені на стадії реалізації продукції. Саме тому конкурентоспроможними виявляються ті птахівничі підприємства, що першими запроваджують сучасні методи вивчення і освоєння передового досвіду та технологій маркетингового менеджменту.

Відсутність системи маркетингового менеджменту, слабка адаптація процесів виробництва та реалізації продукції до вимог ринку призводить до погіршення економічних та