

– 240с.

2. В. Михайленко. Аналіз ринку молока і молочних продуктів України// В. Михайленко. Агенство промислових новин. – Київ.-2009.-09. 45с.
3. Статистичний щорічник України за 2009. – Л., 2009. – 553 с.

УДК 631.1:637.5

Шибунько В.В.

## ІМПОРТ ТА ЕКСПОРТ М'ЯСА ТА М'ЯСНОЇ ПРОДУКЦІЇ В УКРАЇНІ

**Постановка проблеми.** Хотілося б зупинитися на окремих нюансах формування структури ринку м'яса в цілому і частки м'ясопереробної галузі, зокрема.

Перше — тваринництво в господарствах населення. Незважаючи на той факт, що даною категорією виробляється майже половина всього м'яса, у тому числі більш ніж 65% яловичини та свинини, основні обсяги виробленої продукції фактично залишаються організованих ринків. За усередненою структурою за останні три роки 57% виробленого м'яса пішло на безпосереднє споживання у власних домогосподарствах. Крім того, 26% м'яса й м'ясних виробів було реалізовано на ринку та 13% продукції — на м'ясопереробні підприємства. В цілому, враховуючи фактор дрібнотоварного виробництва в господарствах населення, вплив даної категорії на ситуацію на ринку м'яса в цілому не настільки великий, як прийнято вважати.

Друге — поступова консолідація виробників та переробників. Якщо ще п'ять років тому частка власної продукції не перевищувала 40% в загальному обсязі переробки, то вже в 2009 р. на переробку надійшло майже 60% власно вирощеної худоби та птиці. Основні обсяги, безумовно, формуються за рахунок м'яса птиці, однак подібні процеси спостерігаються також у свинарстві. Для сільськогосподарських підприємств, що не входять до інтегрованих об'єднань, основним каналом збуту залишається реалізація худоби та птиці м'ясопереробним підприємствам (60%) та продаж на ринку (25%).

Третє — імпорту м'ясної продукції в Україну. Незважаючи на великі загальні обсяги імпорту, частка готового м'яса та м'ясних виробів незначна — не більше 10%. Основний обсяг імпорту можна класифікувати як сировинний матеріал для м'ясопереробної галузі. Останнє, з одного боку, може свідчити про наявність дефіциту м'ясної сировини. З іншого боку, значні обсяги переробки низькоякісної імпоротної сировини ставлять під сумнів якість готових м'ясних виробів вітчизняного виробництва [3,105с.].

### Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Місткість внутрішнього ринку м'яса та м'ясопродуктів в останні роки формувалася, головним чином, за рахунок зростаючого фонду споживання і на даний момент оцінюється на рівні 2300-2400 тис. тонн. Слід зазначити, що зростання економіки та підвищення добробуту населення в період з 2001 р. по 2008 р., забезпечили значні зміни в споживчому кошику населення. Якщо в 2001 році споживання м'яса на 1 людину становило 31,1 кг/рік, то вже до 2008 р. даний показник збільшився на 62,7% до 50,6 кг/рік. Загальний фонд споживання м'яса збільшився з 1513 тис. тонн до 2340 тис. тонн або ж на 54,7% [2,59с.].

Падіння доходів населення в 2009 р., безумовно, мало певний негативний вплив на зниження обсягів споживаного м'яса. Однак в цілому, зниження обсягів споживання м'яса виявилось мінімальним — менше 1% - до 2326 тис. тонн. При цьому сукупна місткість ринку практично не змінилася. Пояснюється це перерозподілом структури споживання

м'яса, вбік збільшення частки споживання більш дешевого м'яса птиці. В цілому, дана тенденція спостерігається вже кілька останніх років, однак в 2009 році жорсткі умови змушеної жорсткої економії для більшості населення України суттєво прискорили цей процес.

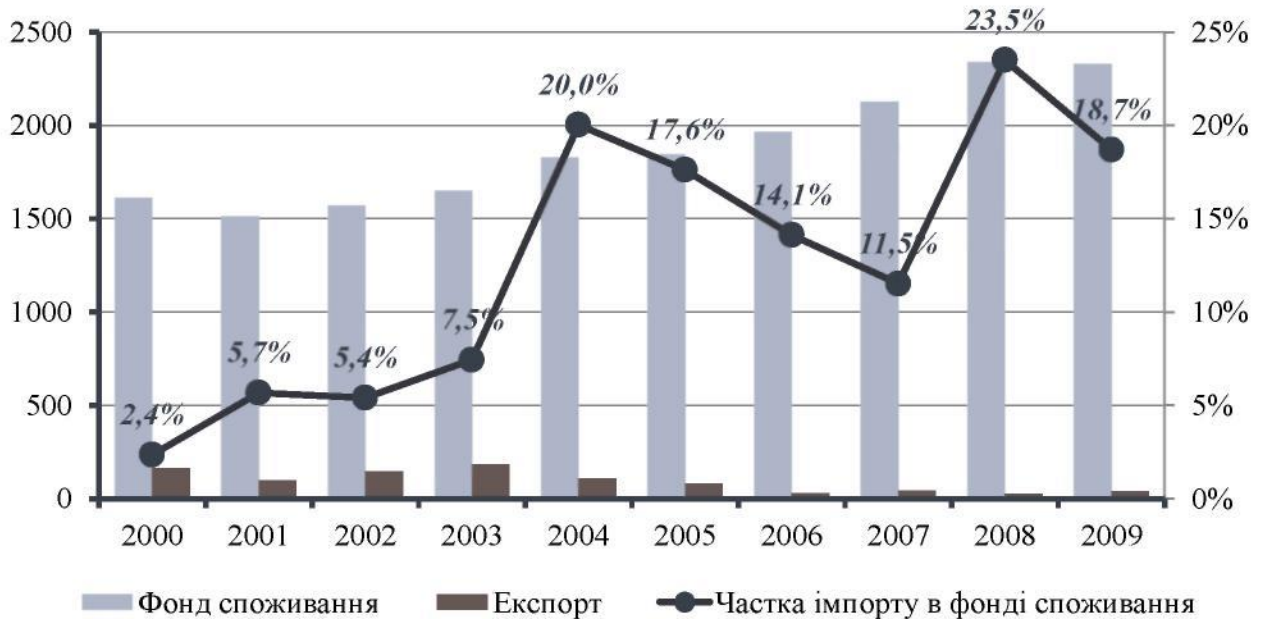


Рис1. Динаміка основних балансових показників ринку м'яса: фонд споживання, експорт, частка імпорту у фонді споживання

Аналіз імпорту в Україну м'яса та м'ясопродуктів. Починаючи з 2004 року, коли імпорт збільшився до 358,1 тис. тонн, у наступні роки відбувалося скорочення офіційних показників, що пов'язане із припиненням діяльності вільних економічних зон у 2005 році. В 2008 році ситуація різко змінилася — обсяги завезеного м'яса та м'ясопродуктів були зафіксовані на рекордно високому рівні, що було викликано наступними причинами:

- зростання цін на всі види м'яса протягом усього року — так індекс споживчих цін на м'ясо та м'ясопродукти збільшився у 2008 році на 34%;
- збільшення попиту на дешеву м'ясну сировину з боку переробних підприємств, що спровокувало ввіз значних обсягів м'ясопродуктів, загостривши проблему конкурентоспроможності української продукції;
- зниження імпортних тарифів, яке відбулося після приєднання України до СОТ — особливо відзначаємо зниження імпортних тарифів на свинину, які в середньому зменшились в 4 рази та м'ясо птиці, де зменшення склало від 2 до 6 раз в залежності від товарної позиції. Власне, ці два види продукції й сформували 90% загального імпорту м'ясопродуктів в Україну у 2008 році: свинина — 49%, м'ясо птиці — 41%.

В 2009 році в порівнянні з 2008 р. імпорт м'яса та м'ясопродуктів в Україну скоротився: у вартісному виразі — на 33%, у кількісних обсягах — на 16%, що пов'язане зі збільшенням внутрішнього виробництва та негативними наслідками фінансової кризи, яка обмежила платоспроможний попит населення [1,60с.].

Товарна структура імпорту м'яса та м'ясопродуктів 2009 року практично не змінилася, основні імпортовані товари — свинина (47%) і м'ясо птиці (37%). Відзначимо збільшення питомої ваги м'ясної продукції низького цінового діапазону: 0209 УТН ЗЕД “Свинячий жир, відділений від м'яса і жир домашнього птиці” — з 4,2% в 2008 році до 8% в 2009 році та 0206 УТН ЗЕД “Харчові субпродукти великої рогатої худоби, свиней, овець, кіз, коней, ослів, мулів або лошаків, свіжі, охолоджені або заморожені” — з 4,2 до 6,3%.

Аналіз експорту з України м'яса й м'ясопродуктів. В останні роки експортні поставки м'яса та м'ясної продукції з України демонстрували стійку тенденцію до скорочення

обсягів як у натуральному, так і в грошовому виразі. Насамперед, це пов'язано зі зменшенням обсягів експорту яловичини, що є наслідком загальних негативних внутрішніх процесів у тваринництві та безпосередньо в скотарстві [4,201с.].

Таблиця 1

**Динаміка імпорту в Україну м'яса та м'ясопродуктів в 2003-2009 роках**

		2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
02 М'ясо й харчові м'ясні субпродукти	тис. тонн		358,1	260,8	231,1	207,9	512,2	429,7
	млн. дол. США	52,6	158,4	166,5	161,3	163,9	843,6	568,5
1601 Ковбаси й аналогічні продукти з м'яса, м'ясних субпродуктів або крові, харчові продукти, виготовлені на їхній основі	тис. тонн	3,14	4,66	11,50	11,48	7,61	12,28	0,76
	млн. дол. США	2,8	4,3	16,4	16,1	11,3	20,8	2,0
1602 Готові або консервовані продукти з м'яса, м'ясних субпродуктів або крові інші	тис. тонн	1,62	1,59	12,49	10,53	11,33	9,96	4,32
	млн. дол. США	4,1	3,8	17,2	12,3	14,1	26,1	12,6

Крім того, для більшості українських підприємств м'ясопереробної промисловості все ж таки більш привабливою є робота на внутрішньому ринку, а не експортна діяльність. Це викликано наступними причинами:

- висока прибутковість внутрішнього ринку;
- невідповідність більшості продукції міжнародним стандартам;
- труднощі з поверненням ПДВ після здійснення експортних операцій;
- значні витрати, пов'язані із просуванням власної продукції на зовнішніх ринках, та високий рівень конкуренції.

Вищезгадані фактори меншою мірою відносяться до експортних поставок м'яса птиці. Так в період з 2007 по 2009 роки паралельно зі зменшенням обсягів експорту відбуваються зміни в його структурі: збільшується частка м'яса птиці на тлі скорочення обсягів яловичини та свинини. При цьому обсяги експорту м'яса птиці в останні три роки у вартісному виразі щорічно майже подвоювалися. Зазначимо, що яловичина все ще залишається головною експортною статтею поставок м'яса та м'ясопродуктів. — 75% в 2009 році.

Основним зовнішнім ринком збуту м'яса та м'ясопродуктів традиційно є країни колишнього Радянського Союзу. Так в 2009 році їх питома вага в загальному експорті м'ясопродуктів становила 96%, при цьому експорт яловичини практично в повному обсязі приходився на Російську Федерацію, а 70% всього експорту м'яса птиці було відправлено в Казахстан.

Таблиця 2

**Динаміка експорту з України м'яса й м'ясопродуктів в 2003-2009 роках**

		2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
02 М'ясо й харчові м'ясні субпродукти	тис. тонн	164,6	87,2	64,1	15,3	40,1	25,4	37,9
	млн. дол. США	242,2	177,6	154,5	33,2	105,2	74,8	79,1
1601 Ковбаси й аналогічні продукти з м'яса, м'ясних субпродуктів або крові, харчові продукти, виготовлені на їхній основі	тис. тонн	1,02	1,11	0,59	0,15	0,16	0,17	0,15
	млн. дол. США	3,9	3,2	2,5	0,5	0,5	0,8	0,7
1602 Готові або консервовані продукти з м'яса, м'ясних субпродуктів або крові інші	тис. тонн	9,72	14,00	12,00	7,89	2,73	0,98	0,53
	млн. дол. США	10,1	13,0	10,6	7,8	7,4	3,3	1,8

**Висновки.** За рахунок формування справжньої митної вартості, імпорту м'яса в Україні за перших 9 місяців 2010 року знизився на 17% в порівнянні з аналогічним періодом 2009 року. Про це заявляють у Держмитслужбі.

При цьому спостерігається тенденція до збільшення обсягів експорту м'яса з України - на 57% в порівнянні з 2009 роком, в основному за рахунок збільшення в 2,5 рази експорту м'яса птиці.

У Держмитслужбі відзначають, що за рахунок формування дійсної митної вартості за 9 місяців 2010 року по імпорту м'ясопродуктів було забезпечено надходження митних платежів до держбюджету на суму 885 млн. грн.

Таким чином, кажуть митники, заходи, вжиті стосовно імпорту м'яса, у результаті дають можливість розвиватися вітчизняному товаровиробникові і збільшити експорт власної продукції.

Згідно з інформацією профільних асоціацій, у 2009 році в Україні було імпортовано 398,3 тис. тонн м'ясної продукції, у тому числі яловичини - 16,5 тис. тонн, свинини - 216,6 тис. тонн, м'яса птиці - 165,2 тис. тонн. За їх словами, близько 40% ввезеного з імпорту м'яса птиці і свинини, а також 90% яловичини - була низькосортна продукція.

Незважаючи на певні позитивні фактори та тенденції, що безпосередньо визначають стан тваринництва і які були відзначені попередньо, робити однозначні прогнози навіть на короткостроковий період доволі складно. Багато чого залежить від державної політики, яка може майже непрогнозовано змінюватися. Так, ухвалення Держбюджету на 2010 рік передбачає скасування пільг щодо ПДВ. І хоча Верховна Рада України ухвалила окремий Закон, що передбачає відновлення податкових пільг при реалізації м'яса на переробні підприємства, передбачається, що дана підтримка буде скасована з 1 січня 2011 року. Втрати виробників можуть скласти від 5% до 20% доходів, в залежності від категорії виробника.

Безумовно, для великих інвестиційних проектів, впроваджених у тваринницькій галузі, різка зміна правил роботи є негативним чинником, але при цьому далеко не критичним, здатним вплинути на ухвалення рішення про різке скорочення або згортання діяльності. Ураховуючи досвід роботи з державними структурами, при розробленні стратегії розвитку таких проектів завжди включається певний коефіцієнт запасу, у тому числі й на такі випадки. Однак, для залучення нових інвестицій, спрямованих на розширення або створення нових виробництв, даний фактор матиме однозначно стримуючий ефект.

#### **Анотація**

Особливістю ринку м'яса, як і інших продовольчих ринків, є велика різноманітність операцій з реалізації продукції. Насамперед це пов'язано з великою кількістю стадій процесу товаропросування, чисельність яких може варіювати. Таким чином, можна виділити реалізацію сировинної продукції переробним підприємствам, гуртову та роздрібну реалізацію продовольчих товарів. Крім того, на окремих стадіях функціонують суб'єкти, принципи діяльності яких суттєво різняться. Просування продукції може здійснюватись різними каналами. Серед торговельних операцій вирізняються й експортно-імпортні.

**Ключові слова:** місткість ринку м'яса, операції з реалізації м'яса, імпорту м'яса, експорту м'яса

#### **Аннотация**

Особенностью рынка мяса, как и других продовольственных рынков, является большое разнообразие операций по реализации продукции. Прежде всего это связано с большим количеством стадий процесса товародвижения, численность которых может варьировать. Таким образом, можно выделить реализацию сырьевой продукции перерабатывающим предприятиям, оптовую и розничную реализацию продовольственных

товаров. Крім того, на окремих стадіях функціонують суб'єкти, принципи діяльності яких суттєво відрізняються. Продвиження продукції може здійснюватися різними каналами. Серед торгових операцій відрізняються і експортно-імпортні.

**Ключеві слова:** ємкість ринку м'яса, операції по реалізації м'яса, імпорту м'яса, експорт м'яса

### Summary

The peculiarity of the meat market, like other food markets, a large variety of sales transactions. The first is related to many stages of the process of goods delivery or – selnist which may vary. Thus, the following implementation of raw materials to processing companies, retail and wholesale of food products. In addition, the separate stages operating entities, the principles of which vary widely. Moving products can be made through various channels. Among the notable trade operations and export-import.

**Key words:** capacity meat market operations of meat, meat import, export of meat

### Список використаних джерел:

1. Статистичний щорічник "Сільське господарство України" за 2006 рік / Державний комітет статистики України. - К., 2007. - 368 с.
2. Статистичний щорічник Львівської області за 2006 рік. - Ч. 1 / Головне управління статистики у Львівській області. - Львів, 2007.-368 с.
3. Ткач А.А. Інституційні основи ринкової інфраструктури: Монографія / НАН України; Об'єднаний ін-т економіки. - К., 2005.-295 с. 166с.
4. Топіха В.І. Формування ринку тваринницької продукції в Україні: проблеми і перспективи. - Миколаїв: МДАУ, 2004. -221с.

УДК339.138

Штепа О.В.

## ОСОБЛИВОСТІ РОЗРОБКИ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ МАРКЕТИНГОВИХ СТРАТЕГІЙ ВЗАЄМОДІЇ НА РИНКУ ОВОЧЕВОЇ ПРОДУКЦІЇ

**Постановка проблеми.** Сучасні процеси становлення і розвитку ринкових відносин в агропромисловому виробництві України на фоні еволюції систем управління практично у всіх ланках сільського господарства дозволяють говорити про гостру необхідність вибору і реалізації ефективної маркетингової стратегії. Застосування маркетингового інструментарію суб'єктами агросектору дозволяє останнім пристосуватися до постійно мінливих умов зовнішнього середовища і мінімізувати їх залежність від системи державного протекціонізму.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Загальнотеоретичні основи розробки та використання маркетингових стратегій висвітлені в роботах таких відомих закордонних та вітчизняних вчених, як І. Ансофф, Г. Армстронг, Дж. Еванс, Ф. Котлер, М. Мак-Дональд, М. Портер, А. Стрікленд, А.С. Воронкова, А.В. Войчак, Н.В. Куденко, А.О. Старостіна, З.Є. Шершньова, С.С. Гаркавенко, В.Г. Герасимчук, В. Онищенко, А.В. Шегда, Г.П. Азоев, Л.В. Балабанова, В.С. Єфремова, В.Г. Андрійчука, П.П. Борщевського, Я.С.