

ФОРМУВАННЯ РЕГІОНАЛЬНОГО РИНКУ М'ЯСА В ТЕРНОПІЛЬСЬКІЙ ОБЛАСТІ

FORMATION OF REGIONAL MEAT MARKET IN TERNOPOL REGION

Ольга РОМАНИШИН,
Тернопільський національний
економічний університет



OI'ha ROMANYSHYN,
Ternopil' National
Economic University

Визначальна роль регіонального ринку м'яса у розвитку сучасного продовольчого ринку є незаперечною. Регіональний ринок м'яса як фундамент агропродовольчого сектору з огляду на дію власних, іманентно притаманних йому законів функціонування, визначає різну диференціацію в розвитку окремих територій, районів і областей. Разом з тим регіональний ринок є вагомим чинником, що призводить до асиметричних дисбалансів як виробництва м'ясопродуктів, так і їх споживання під дією основних законів ринку: попиту і пропозиції. Так, попит на м'ясну продукцію значною мірою буде визначатися доходами споживачів, їх потребами, якістю м'ясної продукції, смаками, ринковою ціною, а пропозиція – технологіями і витратами виробництва, наявністю виробничих і біокліматичних ресурсів, конкурентоспроможністю продукції.

Зазначена тематика досить активно досліджується науковцями, які розглядають проблеми формування й розвитку регіонального ринку м'яса у своїх публікаціях. Заслужують на особливу увагу роботи таких вчених-економістів, як О. Афанасьєва, В.Бойко, А.Гримак, Н.Котько, В.Кужель, М.Місюк, Ю.Прудніков, П. Пуцентейло. У своїх працях вони розглядають кластеризацію як засіб розвитку регіону і окремих ринків, забезпечення сильних ринкових позицій та істотних конкурентних переваг.

Незважаючи на досить велику кількість досліджень і розробок у цій сфері, питання потенціалу кластерного розвитку на регіональному рівні залишаються досить актуальними.

Метою статті є розгляд проблем формування й функціонування регіонального ринку м'яса в Тернопільській області та внесення пропозицій щодо його активізації через розробку моделі кластера.

Регіональний ринок Тернопільської області – це сукупність декількох десятків місцевих ринків краю. Регіональний ринок м'яса можна розділити за географічною ознакою, рівнем середньодушового споживання і видами продукції.

Специфіка регіонального ринку м'яса визначається ієрархією харчових і смакових потреб, високим ступенем локальності й автономності, інституційною та структурною стійкістю споживання м'ясопродуктів, низькою ціновою еластичністю і стратегічним значенням на мезо- та мікрорівні. Волатильність регіонального ринку м'яса залежить від його ємності, відкритості, насиченості, самозабезпеченості. Значний вплив на формування регіонального ринку м'яса здійснюють такі чинники, як: експорт, імпорт, ступінь харчової та продовольчої безпеки, перспективи подальшого розвитку в напрямку, який є необхід-

ним для задоволення потреб споживачів у якісних м'ясопродуктах.

Регіональний ринок м'яса представлений двома складовими: сировинним ринком м'яса і ринком охолодженого м'яса і м'ясних продуктів, для яких необхідним є проведення відповідних маркетингових досліджень. Їх результати будуть використані для вироблення напрямків удосконалення різних аспектів маркетингової політики суб'єктів регіонального ринку м'яса. Одним з важливих етапів маркетингу є розробка його стратегії, на якій у подальшому буде ґрунтуватися план маркетингу і програма маркетингових заходів.

Регіональний ринок м'яса входить у вітчизняний ринок м'яса і м'ясної продукції, в аграрний і продовольчий ринки регіону і України. П.Пуцентейло зазначає: «Стан агропродовольчого сектору є важливим індикатором розвитку соціально-економічної системи. Його функціонування пов'язане з усіма галузями національної економіки і більшою мірою піддається їхньому впливу в частині ресурсозабезпечення та розвитку споживчого ринку» [7, с.55]. Регіональний ринок як один з важливих сегментів продовольчого ринку за значимістю м'ясних продуктів у харчуванні населення має свої особливості й вимагає специфічних прийомів і методів дослідження, адже він відрізняється від інших ринків як у сфері організації виробництва, так і у сфері організації збуту (включаючи переробку). Система виробництва й збуту продуктів харчування – м'яса і м'ясних продуктів – це особлива модель аграрного маркетингу і логістики. М.Місюк вважає, що регіональний ринок – це складова продовольчого ринку України, причому органічно вплетена в його структуру [5, с. 27].

На думку Н.Котько і А.Гримак, ключовими організаційно-економічними факторами, які обумовлюють характер розвитку регіонального ринку м'яса, є: дискримінаційний по відношенню до сільськогосподарських товаровиробників ціновий механізм; критично-низький рівень платоспроможного попиту населення; незадовільний розвиток ринкової інфраструктури та монополізм I і III сфер АПК; невиважена протекціоністська політика держави і відсутність з її боку дієвих важелів впливу на усунення й попередження тінювих схем надходження м'ясосировини та демпінгу цін на м'ясопродукцію [3, с. 145].

Характер формування ринку м'яса і м'ясних продуктів на регіональному рівні залежить від розміщення споживачів і виробників. На розміщення виробництва м'яса великий вплив чинить його транспортна зручність, терміни зберігання та технологічна специфічність переробки і споживання.

У статті досліджені теоретичні аспекти та організаційно-економічні проблеми формування регіонального ринку м'яса, розглянуто питання кон'юнктури ринку м'яса в Тернопільській області. Основну увагу в роботі приділено проблемі вдосконалення організаційної структури регіонального кластера та його ролі у формуванні ринку м'яса шляхом оптимізації виробництва м'ясної сировини і розвитку нових місцевих ринків, які в сукупності формують регіональний ринок м'яса.

The article deals with the theoretical aspects and the organizational and economic problems of formation of regional market of meat, the issue of meat market environment in the Ternopil oblast is revealed. The particular attention is paid to the problem of improvement of organizational structure of regional cluster and its role in shaping the meat market by optimizing the production of meat raw materials and development of new local markets, which together make up the regional meat market.

Погоджуємося з думкою О.Афанасьєвої: специфіка дослідження регіонального товарного ринку полягає в тому, що здійснюється не просто виявлення стану і тенденцій розвитку ринкової ситуації та умов функціонування певного товарного ринку, а визначається рівень розвитку даного товарного ринку у відповідному регіоні щодо його розвитку на національному рівні та в інших регіонах, що дасть можливість здійснити порівняльний аналіз та визначити ступінь чи міру його розвитку в масштабах країни [1, с. 97].

На думку П.Пуцентейла, ринок м'яса має доволі стійкі позиції, його стан суттєво впливає на інші ринки продуктів харчування. Ринок м'яса є соціально значущим і водночас незахищеним від конкуренції з імпортом. При цьому пропозиція значно відстає від попиту, що призводить до постійного зростання ввезення м'яса. Нині вітчизняний ринок продуктів м'ясопереробки є достатньою мірою насиченим і характеризується великою кількістю підприємств різної величини і спеціалізації, а також широким спектром продукції, яку вони випускають, як з вітчизняної, так і з імпоротної сировини. Ринок м'ясопродуктів динамічний: зіткнення попиту та пропозиції на наявний, постійно мінливий асортимент товарів перманентно трансформує точку цінової рівноваги і обсягу виробництва [7, с. 69].

Для ринку м'яса та м'ясопродуктів Тернопільської області характерним є збільшення споживчого попиту і зміна споживчих переваг. За 2011-2013 роки споживання м'яса та м'ясопродуктів в середньому по області дещо зросла. Більш високий приріст відзначається щодо яловичини, свинини, м'яса птиці, а також ковбасних виробів (29%). Слід зазначити, що при цьому знизився попит на м'ясні консервовані продукти внаслідок їх невисокої якості.

Рівень споживчих цін на м'ясо і м'ясні продукти на ринку залежить від рівня виробничих витрат на одиницю продукції та далі змінюється (зростає або знижується) залежно від платоспроможності населення й насичення ринку (дефіцит, надлишок). Як показує практичний досвід, при постійному зростанні матеріально-технічних засобів, кормів, які використовуються у виробництві м'яса, і одночасно низькій продуктивності тварин (приріст живої ваги) собівартість продукції має тенденцію до стійкого зростання.

Так, у 2013 році на переробні підприємства Тернопільської області від усіх категорій господарств надійшло 24,2 тис. т худоби та птиці (в живій вазі), що на 35,2% більше, ніж у 2012 році. Структура надходження закупленої худоби та птиці за категоріями товаровиробників на переробні підприємства розподілилась таким чином: 56,7% припадає на сільськогосподарські підприємства, 42,8% – господарства населення та 0,5% – інші господарські структури. Із загального обсягу худоби та птиці на переробні підприємства надійшло за видами: 20,7 тис. т великої рогатої худоби (на 38,9% більше проти 2012 року), 1,4 тис. т свиней (на 27,3% більше) та 2,0 тис. т птиці (на 11,1% більше). Середня жива вага однієї голови великої рогатої худоби, проданої всіма категоріями господарств переробним підприємствам у 2013 році, становила 431 кг (на 4 кг більше проти 2012), свиней – 109 кг (на 2 кг більше) [8, с. 87].

Середня ціна закупівлі на худобу та птицю, яку пропонували переробні підприємства області у 2013 році, склалася на рівні 11830,5 грн. за т живої ваги (84,2% до 2012). У цілому велику рогату худобу закупляли в середньому по 11943,7 грн. за т живої ваги, свині – по 15761,7 грн. за т, птицю – по 7920,4 грн. за т [8, с. 87].

Дослідження довели, що хоча регіональний ринок м'яса Тернопільської області є насиченим м'ясними продуктами на відповідному рівні й задовольняє в певній мірі прийнятні показники продовольчої безпеки, однак окремі м'ясні продукти не завжди є доступними основній частині населення. Тому рівень споживання за основними видами продуктів є нижчим

науково обґрунтованих (раціональних) норм споживання. Попит населення в першу чергу орієнтується на більш дешеву продукцію зі знизеним вмістом білків і жирів. Стан економічної доступності продовольства характеризується високим показником витрат на харчування, широкою диференціацією доходів у соціальних групах населення, зниженням купівельної спроможності середньодушових доходів населення внаслідок випереджаючих темпів зростання споживчих цін по відношенню до реальної зарплати та їх грошових доходів. У період нестабільності й кризи підвищився інтерес населення до м'яса птиці.

Варто акцентувати увагу на тому, що сукупний попит на м'ясо птиці в Тернопільській області є похідним (вторинним) від попиту на ринок м'яса. Тобто це реальний обсяг продукту, який споживачі Тернопільщини готові купувати при сформованому рівні цін. Незважаючи на позитивні виробничі показники, споживчий попит по м'ясу птиці власного виробництва в Тернопільській області забезпечений неповністю. Одним з основних питань виробництва м'яса птиці є вдосконалення виробничо-збутової діяльності товаровиробників шляхом виявлення основних факторів, що впливають на мотивацію споживача при виборі, купівлі та споживанні м'ясної продукції птахівництва. На нашу думку, до числа цих факторів слід віднести ціну на продукцію з м'яса птиці, обсяг виробництва м'яса птиці і ціну на товари-замінники (м'ясо інших видів).

На основі аналізу основних проблем, притаманних м'ясному виробництву Тернопільської області, визначено основні напрямки розвитку регіонального ринку м'яса:

- 1) врахування чинників зовнішнього середовища розвитку асортименту;
- 2) вдосконалення організаційно-економічного механізму регулювання ринку м'ясної продукції з урахуванням вимог СОТ;
- 3) якість м'ясної продукції відповідно до стандартів і вимог;
- 4) використання моделей м'ясних територіально-виробничих кластерів.

Важливим чинником, що впливає на темпи розвитку такої складної ринкової системи, як регіональний ринок м'ясної продукції, є врахування взаємодії ланок ланцюжка «виробник – переробник – оптову ланку – роздрібна ланка – споживач» між собою при розробці асортименту. На сьогодні цей чинник є вирішальним на регіональному ринку м'яса. Отже, головним завданням є забезпечення внутрішньої потреби України м'ясом тільки за рахунок власного виробництва: нарощування його обсягів, збільшення експорту та повна відмова від ввезення імпортного м'яса для внутрішніх потреб.

З метою вдосконалення партнерських взаємовідносин пропонується підхід щодо врахування інтересів всього виробничого ланцюжка, що включає кілька етапів:

- 1) створення групи з оцінки якості м'яса і м'ясних продуктів: (експерти, споживачі, оптові та роздрібні торговці, фахівці з переробки м'яса, тваринники);
- 2) розробка методики оцінки якості;
- 3) розробка методики оцінки асортиментної одиниці;
- 4) оцінювання вибірки зразків м'яса і м'ясних продуктів;
- 5) формування карти споживчих інтересів;
- 6) прийняття рішення за асортиментом і якістю.

Запропонована методика дасть змогу врахувати інтереси всього ланцюжка «виробник – переробник – оптова ланка – роздрібна ланка – споживач», а також надасть можливість виробнику і переробнику включити споживача безпосередньо в процес виробництва продукції.

Необхідно зазначити, що на ринку м'ясної продукції Тернопільської області вищевикладений підхід може бути реалізований в рамках кластеризації. Для розвитку товарного асортименту м'ясної продукції Тернопільської області з урахуванням чинників зовнішнього середовища необхідною є розробка та реалізація послідовної та ефективної кластерної політики.

Регіональний кластер як елемент внутрішнього середовища регіональної соціально-економічної системи забезпечує її сталий розвиток за рахунок поліпшення інвестиційного клімату та підвищення конкурентоспроможності регіону за допомогою розвитку соціальних, економічних, інформаційних та інтеграційних підсистем, що в свою чергу забезпечить залучення інвестицій, економічний підйом і сталий розвиток регіону.

Отже, кластерна форма регіонального ринку м'яса включає університети та науково-дослідні інститути, які генерують нові знання; підприємства-постачальники, консалтингові, фінансові підприємства та інші підприємства, що сприяють створенню й реалізації конкурентних переваг кластера.

При формуванні кластера доцільно визначити його основні цілі:

□ зайняття домінуючих позицій на регіональному ринку м'яса;

□ вихід на міжрегіональні ринки м'яса;

□ підвищення якості продукції за рахунок застосування інноваційних технологій і підходів;

□ зниження трансакційних витрат;

□ підвищення конкурентоспроможності регіону та окремих видів м'ясної продукції.

Створення м'ясного регіонального кластера передбачає виконання таких заходів:

1. Створення системи стратегічного управління процесом кластеризації у сфері виробництва продовольства, що включає аналіз і контроль стратегічних змінних, визначення та розвиток ключових факторів успіху. Організаційно забезпечити таку систему можна на основі створення центру аналітичної та інформаційної підтримки продовольчих кластерів.

2. Проведення моніторингу фінансового стану кластера для життя заходів щодо забезпечення його їх життєдайності і розвитку на перспективу.

Таким чином, розробка моделі регіонального кластера та послідовне створення в Тернопільській області ряду таких кластерів дозволить вирішити одну з нагальних проблем виробництва, переробки та реалізації м'яса і м'ясних продуктів, підвищити його інвестиційну привабливість, якість життя і забезпечити населення робочими місцями та якісними м'ясними виробами.

У 2014 році найбільш значущими ринковими структурами з виробництва й переробки м'яса стали вертикально інтегровані м'ясні холдинги, що включають сільськогосподарські підприємства, переробників м'яса, власні мережі й торговельні марки («Сільпо», «Фуршет», «Родинна ковбаска», «М'ясна точка», «Наша ряба»). Однією з найбільших проблем ринку м'яса, що є актуальною для більшості областей України, є неузгодженість цінової політики щодо економічних суб'єктів з боку держави, які орієнтуються на досягнення максимальних результатів у виробництві вітчизняного м'яса. Особливо це стосується формування асортименту, який, з одного боку, має максимально задовольняти потреби населення у м'ясі та м'ясопродуктах, а з другого – сприяти розвитку регіональних і місцевих сільськогосподарських підприємств, що виробляють м'ясо з високими споживчими властивостями.

ВИСНОВКИ

Виходячи з результатів наведеного дослідження, можна зробити висновок про те, що ринок м'ясопродуктів Тернопільської області – це розвинена й динамічна система виробництва, пропозиції та попиту. На цьому ринку діє багато великих і дрібних виробників м'ясопродуктів. У споживачів сформувалися і продовжують розвиватися відносини лояльності до місцевих виробників, спостерігається прихильність до торговельних марок окремих місцевих виробників ковбасних виробів і м'ясних делікатесів. Виробники м'ясної продукції Тернопільської області

практично повністю забезпечують потреби ринкового попиту на м'ясні вироби.

Регіональний ринок м'яса в Тернопільській області має великий ринковий потенціал. Очікуються структурні зміни в організації виробництва м'ясних продуктів: інтеграція великих м'ясокомбінатів з тваринницькими господарствами, спеціалізованими м'ясопереробними підприємствами з виробництва напівфабрикатів, у тому числі і м'яса глибокої заморозки, а також копченостей, ковбас, м'ясних делікатесів.

Отже, у Тернопільській області відбувається зростання ємності ринку, розширення виробництва і пропозиції м'ясних продуктів, розвиток власної сировинної бази підприємств, що істотно збільшує інвестиційну привабливість м'ясопереробних підприємств.

На ринку існує здорова конкуренція. Основна конкурентна боротьба відбувається між регіональними виробниками м'ясних продуктів і великими підприємствами з інших регіонів. При цьому ринок м'ясних продуктів у значній мірі є схильним до тенденції глобалізації. Згідно з прогнозами в найближчому майбутньому підвищиться рівень концентрації великих підприємств. Їх переваги проявляються в нижчій собівартості продукції, високій екологічній безпеці виробництва, забезпеченні глибокої переробки, мінімальних втрат сировини і дотриманні стандартів якості м'ясних виробів. Однак при цьому є низка проблем, що стосуються організації розширеного відтворення на підприємствах м'ясної промисловості, доступності більшості м'ясних виробів для соціально незахищених верств населення, а також забезпечення якісною сировиною для виготовлення м'ясних виробів тощо.

ЛІТЕРАТУРА

1. Афанасьєва О.П. Системний підхід до маркетингового дослідження регіонального товарного ринку м'яса та м'ясопродуктів / О.П. Афанасьєва // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2014. – №2. – С. 95-106.
2. Бойко В. І. Ринок м'яса: проблеми формування ресурсного потенціалу / В. І. Бойко // Економіка АПК. – 2009. – № 11. – С. 97-103.
3. Котко Н.М. Організаційно-економічні чинники ефективності розвитку регіонального ринку м'яса / Н.М. Котко, А.В. Гримак // Науковий вісник ЛНУВМБТ імені С.З. Гжицького. – 2010. – Том 12. – № 3(45). – С. 142-145.
4. Кужель В.В. Аналіз потенціалу кластеризації в агропромисловому комплексі Черкаської області / В.В. Кужель, О.П. Манзій // Інноваційна економіка. – 2014. – № 6. – С. 146-154.
5. Місюк М.В. Формування та розвиток регіонального ринку продукції скотарства: монографія / М.В. Місюк. – Херсон: Гринь Д.С., 2013. – 343 с.
6. Прудніков Ю.В. Локальні ринки сільськогосподарської продукції / Ю.В. Прудніков // Інноваційна економіка. – 2014. – № 6. – С. 255-261.
7. Пуцентайло П. Р. Конкурентоспроможність м'ясного скотарства України: теорія і практика: монограф. / П. Р. Пуцентайло. – Тернопіль: ВПЦ «Економічна думка ТНЕУ», 2011. – 420 с.
8. Сільське господарство Тернопільської області за 2013 рік. Статистичний збірник / За редакцією В.Г. Кирича. – Тернопіль: ГУС, 2014. – 216 с.

REFERENCES

1. Afanas'yeva O.P. Systemnyy podkhid do marketynhovoho doslidzhennya rehional'noho tovarnoho rynku myasa ta myasoproduktiv [Systematic approach to marketing research of regional commodity market of meat and meat products]. *Marketing i menedzhment innovatsiy*, 2014, no. 2, pp. 95-106 [in Ukrainian].
2. Boyko V.I. Rynok myasa: problemy formuvannya resursnoho potentsialu [Meat market: problems of resource potential formation]. *Ekonomika APK*, 2009, no 11, pp. 97-103 [in Ukrainian].
3. Kot'ko N.M., Hrymak A.V. Orhanizatsiyno-ekonomichni chynnyky efektyvnosti rozvytku rehional'noho rynku m'yasa [Organizational-economic factors of efficiency of regional meat market]. *Naukovyy visnyk LNUVMBT imeni S.Z. Gzhyts'koho*, 2010, vol. 12, no. 3(45), pp. 142-145 [in Ukrainian].
4. Kuzhel' V.V., Manz'y O.P. Analiz potentsialu klasteryzatsiyi v ahropromyslovomu kompleksі Cherkas'koyi oblasti [Analysis of clustering potential in agricultural field of Cherkassy region]. *Innovatsiyina ekonomika*, 2014, no. 6, pp. 146-154 [in Ukrainian].
5. Misyuk M.V. Formuvannya ta rozvytok rehional'noho rynku produktsiyi skotarstva [Formation and development of regional market of livestock production]. *Kherson, Hrin' D.S.*, 2013, 343 p. [in Ukrainian].
6. Prudnikov Yu. V. Lokal'ni rynky sil's'kohospodars'koyi produktsiyi [Local agricultural markets]. *Innovatsiyina ekonomika*, 2014, no. 6, pp. 255-261 [in Ukrainian].
7. Putsenteylo P. R. Konkurentospromozhnist' myasnoho skotarstva Ukrainy: teoriya i praktyka [The competitiveness of meet cattle in Ukraine]. *Ternopil', VPTS "Ekonomichna dumka TNEU"*, 2011, 420 p. [in Ukrainian].
8. Kyrych V.H. Sil's'ke hospodarstvo Ternopil's'koyi oblasti za 2013 rik: Statystychnyy zbirnyk [Agriculture of Ternopil region in 2013: Statistical yearbook]. *Ternopil', HUS*, 2014, 216 p. [in Ukrainian].