

6. Семикова П. Банковские инновации и новый банковский продукт / П. Семикова // Банковские технологии. – 2002. – № 11. – С. 42–47.

7. Завлин П.Н. Инновационная деятельность в условиях рынка / П.Н. Завлин, А.Л. Ипатов, Л.С. Кулагин. – СПб.: Изд-во РАН, 1994. – 192 с.

8. Пригожин А.И. Нововведения: стимулы и препятствия (социальные проблемы инноватики). – М.: Политиздат, 1989. – 271 с.

9. Рубинштейн Т.Б., Мирошкина О.В. Развитие банковской системы и инновационные банковские продукты (пластиковые карты). – М.: Гелиос АРВ, 2002. – 192 с.

К.М. ЛИСЕНКО,
аспірант, Національний університет харчових технологій

Вплив ситуації на ринку м'яса та м'ясопродуктів в Україні на повноту використання маркетингового потенціалу підприємства

Досліджено кон'юнктуру ринку м'яса та м'ясопродуктів в Україні, виявлено зміну в пріоритетності виробництва продукції пташиного походження. Виокремлено нові тенденції розвитку ринку та його вплив на маркетинговий потенціал підприємств м'ясопереробної галузі.

Ключові слова: маркетинг, м'ясопродукти, кон'юнктура ринку, маркетинговий потенціал.

Исследована кон'юнктура рынка мяса и мясопродуктов в Украине, выявлено изменение в приоритетности производства продукции птичьего происхождения. Выделены новые тенденции развития рынка и его влияния на маркетинговый потенциал предприятий мясоперерабатывающей отрасли.

Ключевые слова: маркетинг, мясопродукты, кон'юнктура рынка, маркетинговий потенціал.

Was researched the market conditions of meat and meat products in Ukraine, found a change in priority production of avian origin. Outlined new market trends and its impact on the marketing potential of the meat processing industry.

Keywords: marketing, meat products, market conditions, marketing potential.

Постановка проблеми. Уперше за останні десять років на ринку виробників м'ясопродуктів спостерігається зниження темпів зростання виробництва. Після фінансової кризи 2008–2009 років ситуація на ринку погіршилася, що змусило підприємства підвищувати ціни на продукцію на фоні зниження платоспроможності населення. В кризових умовах зростає роль держави по захисту та стимулюванню нею виробників, зосереджених на внутрішній ринок, адже в сучасних умовах, коли кон'юнктура ринку є сприятливою, для нарощування виробництва виробники м'ясопродуктів гостро відчувають на собі вплив імпортерів м'яса та м'ясопродуктів.

Аналіз досліджень та публікацій з проблеми. Актуальність теми дослідження обумовлена тим, що ефектив-

ність управління маркетинговим потенціалом впливає на конкурентоспроможність підприємства та допомагає сформувати явні конкурентні переваги в умовах нестабільного оточуючого середовища. Причина зосередження уваги на аналізі кон'юнктури ринку пов'язана з намаганням вдосконалити процес прогнозування трендів розвитку ринку та формування раціональних стратегій використання внутрішніх ресурсів. Вплив ситуації на ринку м'яса та м'ясопродуктів на використання маркетингового потенціалу вітчизняними підприємствами досліджували вітчизняні вчені, зокрема В.І. Бойко [1], Т.М. Кучеренко [5], Р.В. Лагоша, Р.І. Мудрак [6], Д.О. Поліщук [7], І.Н. Шайдулін та ін.

Метою статті є дослідження кон'юнктури ринку м'яса та м'ясопродуктів в Україні та вплив змін у кон'юнктурі ринку на ступінь використання маркетингового потенціалу підприємств-виробниками м'ясопродуктів.

Виклад основного матеріалу. Сегмент м'ясної продукції в Україні за обсягами реалізації поступається лише молочному виробництву та виробництву напоїв, займаючи доволі велику нішу в харчовій промисловості України.

У перше десятиліття незалежності України м'ясна промисловість опинилася в найбільш складній ситуації. Якщо у 1990 році її частка становила 20% виробництва всієї харчової промисловості країни, то вже до 2000 року вона скоротилася в п'ять разів на тлі дворазового падіння харчової промисловості в цілому. Проте на початку нового тисячоліття процеси відновлення та розвитку м'ясопереробної промисловості значно активізувалися, і за останні п'ять років частка м'ясопереробної галузі у структурі харчової промисловості становила 15,4%. За підсумками 2009 року з ряду об'єктивних причин частка галузі знизилася до 13,2%, і у 2010 році відбулося її незначне зростання до 13,7%. Тільки за перші шість років, щорічно демонструючи значний приріст показників роботи, м'ясопереробники збільшили обсяги виробництва більш ніж удвічі [4]. У цілому це прямо відображає катастрофічне падін-

ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ГАЛУЗЕЙ ТА ВИДІВ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

ня ринку в попередні роки, що й дало можливість реалізувати такий потенціал зростання навіть із урахуванням щорічного погіршення стану тваринницької галузі. Необхідно відзначити, що подібне зростання було обумовлено насамперед вражаючими темпами розвитку птахівництва. У 2008 році темпи зростання м'ясної галузі сповільнилися до 2,6%. Зниження темпів було обумовлене наростанням хвилі кризових явищ в економіці України внаслідок світової фінансової кризи. Хоча і за результатами першого докризового півріччя багато експертів відзначали поступове зниження обсягів виробництва м'ясної продукції (рис. 1).

Слід зазначити, що невідповідність інтенсивності розвитку сировинної і переробної галузей зробило цілком реальною проблему сировинного дефіциту. Власне, це був один з факторів, який обумовив стрімке нарощування імпорту м'яса в 2004–2008 роках. Починаючи з 2000 року імпорт м'яса збільшився в 29 разів – до рекордних 550 тис. тонн в 2008 році. За той же період обсяги експорту скоротилися в 6,5 раза – до 28 тис. тонн [8].

Наступний 2009 рік виявився достатньо складним для м'ясопереробної галузі. За підсумками року в м'ясній галузі було зафіксовано одне з найбільших падінь по всій харчовій промисловості – 12,2%. При цьому з усіх видів виробленої м'ясної продукції позитивний приріст показало лише виробництво м'яса птиці.

Виробнича структура м'ясної галузі нараховує більше 3,5 тис. підприємств, на яких зайнято більш 70 тис. осіб. Форма власності підприємств – переважно приватна. Істотне скорочення обсягів виробництва в 1991–2000 роках супроводжувалося також зростанням кількості дрібних виробників м'яса й м'ясопродуктів. Наприкінці 90-х років частка таких

підприємств у загальному виробництві продукції становила більше 30% [3]. Відновлення й динамічний розвиток м'ясної промисловості в наступні роки створювали жорсткі конкурентні умови роботи, до яких багато дрібних підприємств виявилися непристосованими. З початком нового тисячоліття в м'ясному секторі поступово почався процес розширення й концентрації виробничих потужностей (рис. 2).

Незважаючи на те, що кількість дрібних виробників усе ще залишається досить великою – близько 2,6 тис. одиниць, частка їхньої продукції на ринку невпинно знижується. Зокрема, в 2010 році частка підприємств із обсягами виробництва менше 1 т/на добу становила всього 4,4% у загальному виробництві. І це не дивно, навіть незважаючи на поширену думку, що у міні-цехів є більше можливостей з виробництва дешевої продукції, вони не витримують конкуренції з боку великих підприємств. В умовах скорочення пропозиції сировини великим підприємствам легше знайти альтернативні джерела постачань (прямі імпортні закупівлі, закупівля через систему Державного резерву й інші). Це ж відноситься й до закупівель усіляких виробничих інгредієнтів. Знову ж, на більшості великих підприємств установлюється оновлене обладнання, що дозволяє дотримуватися більш високих стандартів якості. Останнім часом також має місце розвиток нового формату міні-виробництв м'ясного напрямку при великих торговельних мережах, але такі процеси характерні лише для великих міст [8].

Свою нішу займають і будуть займати невеликі, переважно регіонального масштабу, виробники з обсягами виробництва до 10 тонн м'яса та м'ясопродуктів на добу. Як правило, багато хто з них починав власний бізнес з міні-цехів. За час реструктуризації й розвитку ринку, коли працювати

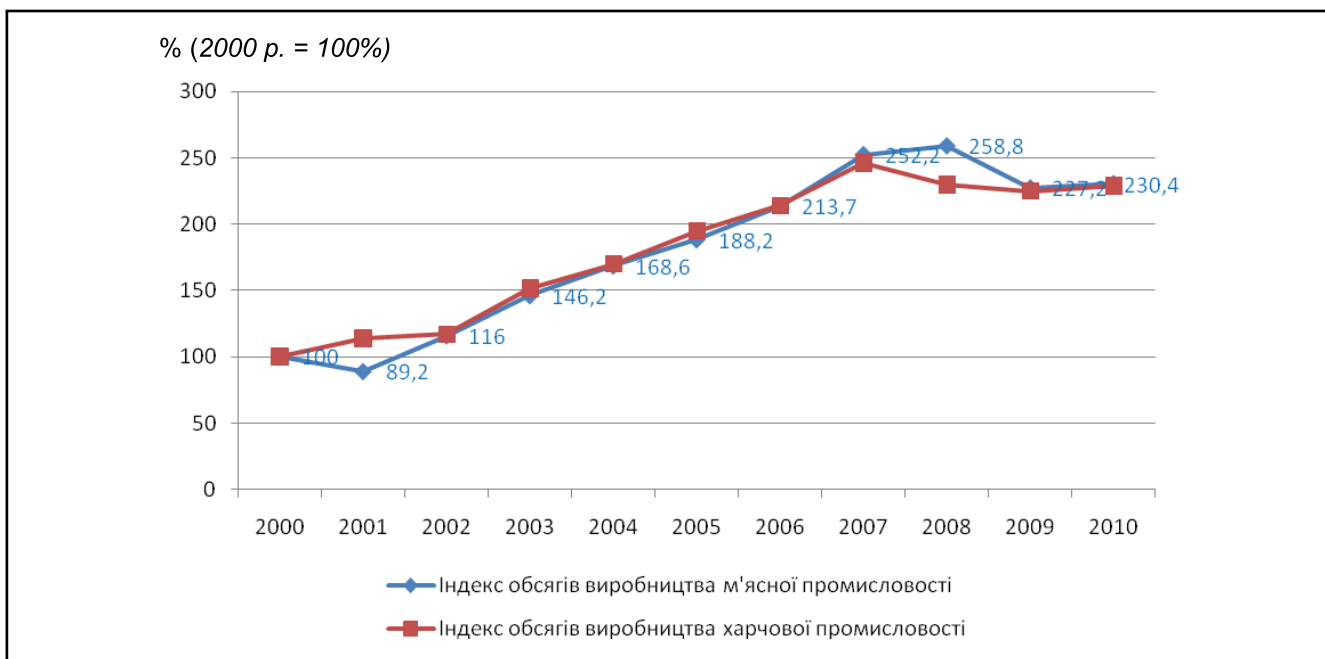


Рисунок 1. Індекси обсягів виробництва харчової промисловості в цілому та м'ясної промисловості зокрема в 2000–2010 роках

Джерело: дані Держкомстату.

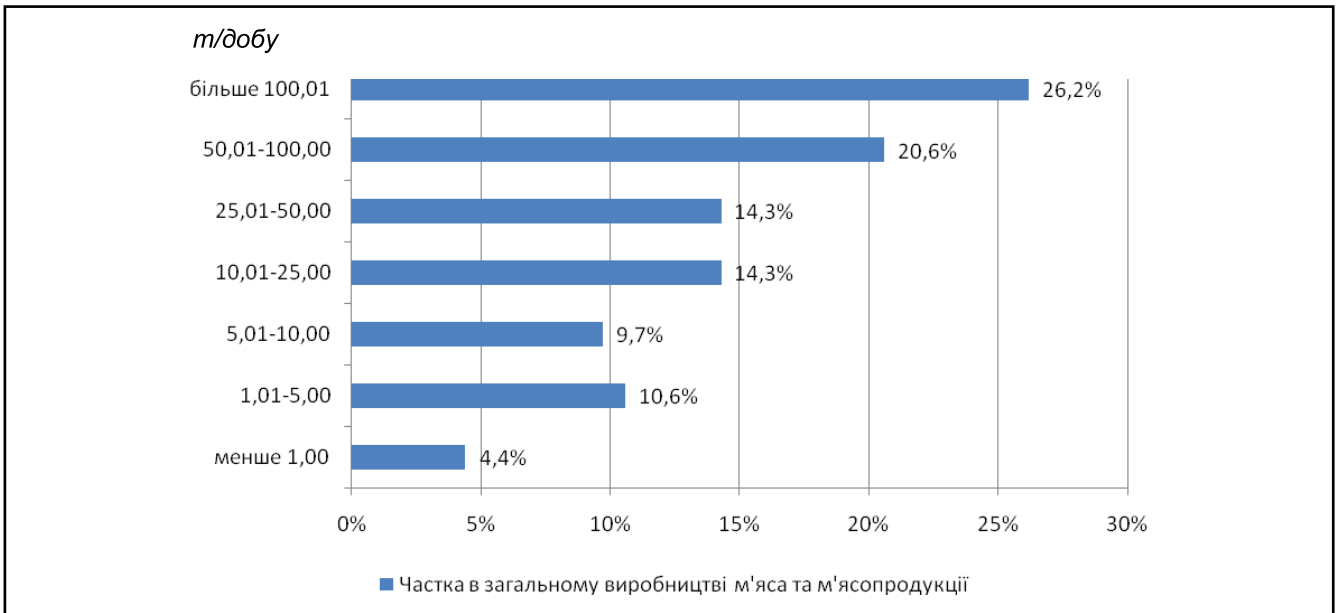


Рисунок 2. Розподіл підприємств по добових обсягах виробництва м'яса та їхня сумарна частка на ринку в 2010 році
 Джерело: дані Держкомстату.

прибутково міг тільки той виробник, який умів швидко адаптуватися до існуючого попиту та рівня платоспроможності, невеликі підприємства зуміли не просто вижити, а й значно розширити виробництво. На сьогодні такі компанії найчастіше використовують європейське обладнання, сучасні інгредієнти й оболонки, а також можуть випускати досить широкий спектр продукції. За підсумками двох останніх років налічувалося 245 таких підприємств.

У 2010 році майже третину продукції було вироблено на середніх і великих підприємствах з добовими обсягами виробництва м'яса й м'ясної продукції в межах 10–50 тонн. Здебільшого база, що формує такі підприємства, – виробнича спадщина минулого, частково або повністю модернізована під сучасні умови й вимоги ринку. Таких підприємств в Україні налічується більше 50 одиниць.

І нарешті, великі підприємства з обсягами виробництва понад 50 тонн на добу. Дані підприємства формують майже половину всієї пропозиції на ринку м'яса та м'ясопродуктів. З такими обсягами виробництва в Україні працює 17–20 підприємств. Це підприємства–лідери з розвинутою системою збуту й логістики, багато з яких мають свої власні сировинні ресурси. Більше половини з даних підприємств відносяться до сектору птахівництва. В цілому перша п'ятірка рейтингу складається винятково з підприємств, що займаються переробкою м'яса птиці.

Структурні регіональні зміни, які відбувалися у тваринництві України, мали безпосередньо прямий вплив на розміщення м'ясопереробних потужностей. Якщо не брати до уваги виробництво м'яса птиці, де виробничий цикл від вирощування до переробки практично завжди відбувається на території одного підприємства, то для інших підприємств м'ясопереробної галузі зміни в сировинному забезпеченні мають критичне значення.

Центральний регіон: Київська, Черкаська, Вінницька та Полтавська області, частка на ринку м'ясопереробки – 35%. Основна спеціалізація – переробка м'яса птиці та свинини (Київська та Черкаська обл.), виробництво ковбас (Полтавська та Київська обл.). Західний регіон: Львівська, Волинська, Івано–Франківська області, частка на ринку – 10%. Основна спеціалізація – свинина і яловичина, виробництво ковбас (Волинська обл.). Східний регіон: Дніпропетровська, Донецька та Харківська області, частка на ринку – 26%. Основна спеціалізація – м'ясо птиці, свинина, виробництво ковбас. Південний регіон – АР Крим, частка на ринку – 7%. Основна спеціалізація – м'ясо птиці, а також деякі обсяги переробки яловичини та свинини. Необхідно відзначити, що за винятком Донецької області у всіх інших областях–лідерах їх безпосередня частка в сумарних обсягах виробництва м'яса та м'ясної продукції в Україні за останнє десятиліття зросла [2].

Поступовий перерозподіл виробничих потужностей із чітким зміщенням акцентів убик регіональної концентрації підтверджується також укрупненням виробництв в областях–лідерах. У даних областях добове виробництво м'яса та м'ясопродуктів у середньому на одне підприємство становить 2,75 т/на добу. Тоді як по інших областях у середньому даний показник становить всього 0,79 т/на добу.

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 по 2008 рік 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 року даний показник збільшився на 62,7% – до 50,6 кг/рік.

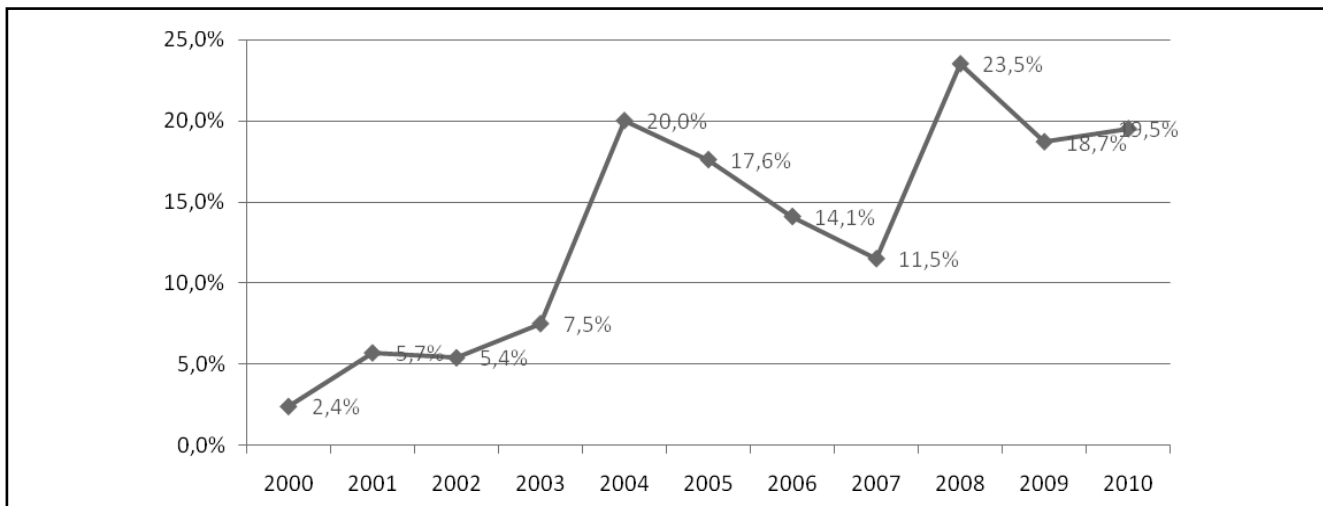


Рисунок 3. Динаміка частки імпорту у фонді споживання українського ринку м'яса, тис. т

Джерело: дані Держкомстату.

Загальний фонд споживання м'яса збільшився з 1513 до 2340 тис. тонн, або на 54,7%.

Падіння доходів населення в 2009 року, безумовно, мало певний негативний вплив на зниження обсягів споживаного м'яса. Однак в цілому зниження обсягів споживання м'ясопродуктів виявилось мінімальним – менше 1% – до 2326 тис. тонн. При цьому сукупна місткість ринку практично не змінилася. Пояснюється це перерозподілом структури споживання м'яса в бік збільшення частки споживання більш дешевого м'яса птиці. В цілому дана тенденція спостерігається вже кілька останніх років, однак в 2009 році жорсткі економічні умови підштовхнули більшість населення України суттєво прискорити цей процес.

Значні темпи нарощування обсягів споживання м'яса й м'ясопродуктів з ряду причин не змогли знайти адекватної підтримки з боку виробників м'ясної сировини, за винятком птахівників. Унаслідок останніх активно пішло нарощування обсягів імпорту м'яса. У підсумку вже у новому тисячолітті частка імпорту в споживанні м'яса виросла з 4,0% в 2000–2001 роках до 21,1% в 2008–2009 роках.

Зупинимось на окремих нюансах формування структури ринку м'яса в цілому і частки м'ясопереробної галузі в Україні зокрема.

Перше – тваринництво в господарствах населення. Незважаючи на той факт, що даною категорією виробляється майже половина всього м'яса, в тому числі більш ніж 65% яловичини та свинини, основні обсяги виробленої продукції фактично втрачають організовані ринки. 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% у загальному обсязі переробки, то вже в 2010 році 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%)[9].

Третє – імпорт 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 імпортованої сировини ставлять під сумнів якість готових м'ясних виробів вітчизняного виробництва.

У підсумку на даний момент ми маємо таку структуру місткості ринку м'яса та готових м'ясних виробів.

Основна частка пропозиції ринку формується м'ясопереробними підприємствами – 60,7%. До цієї частки зараховується частина сировинного імпорту, а також продукція, отримана на переробку від сільськогосподарських підприємств та господарств населення (рис. 4).

Наступними є господарства населення, що формують частку в 32,3%. Із цієї частки дві третини – продукція власного виробництва, що споживається безпосередньо в домогосподарствах.

Частка сільськогосподарських підприємств становить 5,2%. Її формує частина продукції, яка реалізується с/г підприємствами на ринку.

Частка імпорту трохи менше 2%. Розрахункові обсяги імпорту включають тільки імпортовану продукцію, готову до вживання, що не вимагає додаткової технологічної обробки.

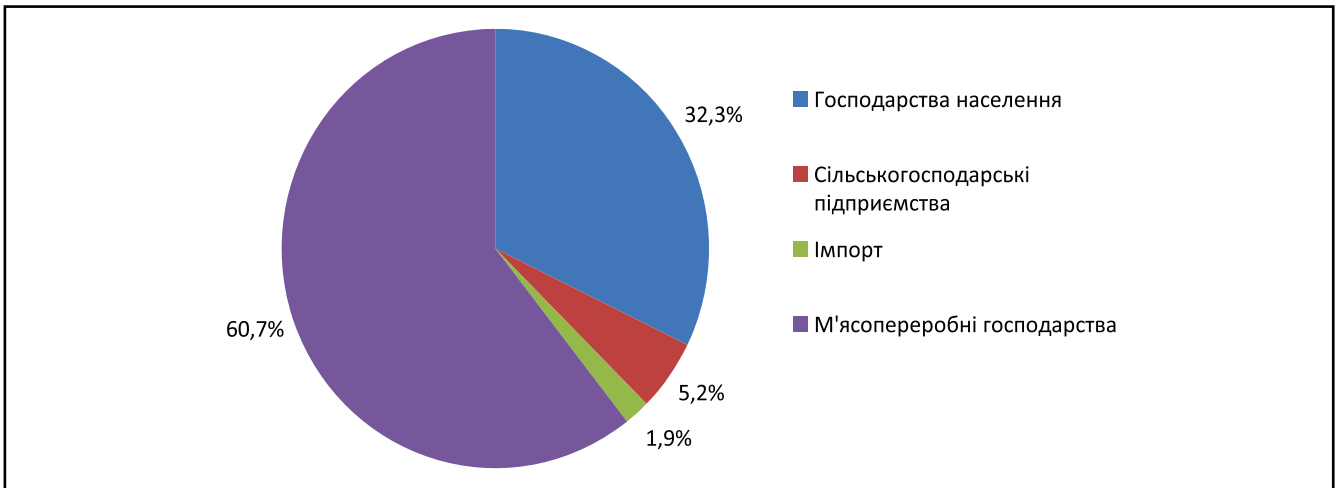


Рисунок 4. Підсумкова структура формування місткості ринку м'яса та готових м'ясних виробів

Джерело: дані Держкомстату.

Товарна сегментація продукції м'ясопереробної галузі досить стандартна й включає такі позиції: м'ясо, ковбасні вироби, м'ясні напівфабрикати, м'ясні консерви. Показники виробництва за основними групами представлені в таблиці.

Що стосується структурних змін у споживанні м'яса та м'ясопродуктів, то тут, як вже відзначалося, протягом останніх п'яти років зберігається стабільне зростання, як споживання м'яса птиці, так і сукупної частки м'яса птиці у фонді споживання в цілому. З 2005 по 2010 рік споживання м'яса птиці збільшилося на 55%, сукупна частка у структурі споживання збільшилась з 35,5 до 43,6%. Також необхідно відзначити нарощування обсягів споживання свинини при поступовому зниженні споживання яловичини та телятини [10].

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.

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 такими причинами:

- високою прибутковістю внутрішнього ринку;
- невідповідністю більшості продукції міжнародним стандартам;
- труднощами з поверненням ПДВ після здійснення експортних операцій;
- значними витратами, пов'язаними із просуванням власної продукції на зовнішніх ринках, та високим рівнем конкуренції.

Відмітимо, що для розширення власних експортних можливостей та закріплення позицій на міжнародних ринках підприємства м'ясопереробної галузі потребують проводити сертифікацію відповідно до міжнародних стандартів. Однією з найголовніших систем сертифікації є системи якості ХАССП, це системи аналізу небезпечних чинників та критичних точок контролю. Такі умови спонукають вітчизняні підприємства, особливо ті, які займаються експортом продукції, розробляти маркетингові стратегії, які орієнтовані насамперед на підвищення якості та безпеки продукції. Великий вплив на повноту використання маркетингового потенціалу має динаміка закупівельних цін на м'ясну сировину, яка демонструє, наскільки гнучкою є цінова політика сільгоспвиробників і ступінь залежності від неї м'ясопереробних підприємств.

Промислове виробництво м'яса й м'ясопродуктів

	2007	2008	2009	2010
	тис. т			
Усього	1265	1536	1467	1371
М'ясо, включаючи субпродукти I категорії	784	997	1011	1010
Ковбасні вироби	301	330	332	272
Готові продукти й консерви	31	30	30	16
Напівфабрикати м'ясні, включаючи з м'яса птиці	149	178	94	73
	%			
Усього	100	100	100	100
М'ясо, включаючи субпродукти I категорії	62	65	69	74
Ковбасні вироби	24	22	23	20
Готові продукти й консерви	2	2	2	1
Напівфабрикати м'ясні, включаючи з м'яса птиці	12	12	6	5

Джерело: дані Держкомстату.

Ситуація, що сформувалася на ринку м'яса та м'ясопродуктів, дає нові можливості для підприємств м'ясопереробної галузі, які необхідно правильно використати, розподіливши власний маркетинговий потенціал на найближчі роки, сформувавши чіткий маркетинговий план по управлінню маркетинговими ресурсами.

Висновки

Негативний вплив на розвиток м'ясопереробної галузі дефіциту вітчизняної сировини та підвищення витрат на її постачання, а також дистрибуцію готової продукції. Так, дефіцит м'яса у 200–300 тис. тонн в рік, який виник унаслідок зменшення поголів'я худоби (особливо ВРХ) і падіння її продуктивності, викликав підвищення цін на внутрішньому ринку України, зниження завантаження вітчизняних переробних підприємств і, як наслідок, втрату ними конкурентних переваг. Посилилися обмеження рівня державної підтримки тваринництва через жорсткі, з точки зору вітчизняних товаровиробників, умови міжнародної торгівлі, що прийняла Україна зі вступом до СОТ. Теперішні умови членства України у СОТ поглибили дефіцит сировини для переробників м'яса, що позначилося на споживчих цінах на м'ясні продукти. Однак ми вважаємо, що такі умови сприятимуть розвитку підприємств, за рахунок стимулювання процесів оптимізації їхньої діяльності. В таких ринкових умовах, що склалися в Україні, особливо гостро постає питання залучення додаткових ресурсів, зокрема і ефективність використання маркетингового потенціалу підприємства. Попри погіршення торгівельних умов зі вступом до СОТ підприємства м'ясопереробної галузі отримали додаткові ринкові можливості за рахунок

лібералізації режиму доступу вітчизняних експортерів до зовнішніх ринків, адже вітчизняні підприємства спроможні використати ці умови для прискорення внутрішніх структурних реформ.

Література

1. Бойко В.І. Ринок м'яса: проблеми формування ресурсного потенціалу / В.І. Бойко // Економіка АПК. – 2009. – № 11. – С. 97–102.
2. Гримак А.В. Економічна сутність та об'єктивна необхідність формування ринку продукції м'ясного скотарства / А.В. Гримак // Мясной бизнес. – 2009. – №1. – С. 74–76.
3. Гончарова Н. Анализ конъюнктуры регионального рынка мясопродуктов / Н. Гончарова // Международный сельскохозяйственный журнал. – 2006. – №5. – С. 52–53.
4. Гутник Б.Е. Рынок мяса и современный потребитель / Б.Е. Гутник, А.Н. Захаров // Все о мясе. – 2005. – №4. – С. 60–62.
5. Кучеренко Т.М. Ринок м'яса овець і кіз / Т.М. Кучеренко // Мясной бизнес. – 2006. – №11. – С. 26–29.
6. Мудрак Р. Чинники цінової динаміки на ринку м'яса та м'ясопродуктів / Р. Мудрак // Економіка України. – 2009. – №9. – С. 67–78.
7. Поліщук Д. Імпорт витісняє вітчизняне / Д. Поліщук // Аграрний тиждень. – 2009. – 23.11–29.11. – С. 5.
8. Свиноус І.В. Щодо проблеми конкурентоспроможності українських м'ясопродуктів / І. Свиноус // Вісник БДАУ. – 2009. – 23.11–29.11. – С. 37.
9. <http://zaxid.net/newsua/2010/10/12/224858>
10. http://brc.undp.org.ua/img/publications/meat_BRA-AC-09082010.pdf

Л.В. ШІРІНЯН,

к.е.н., доцент, докторант, Науково-дослідний фінансовий інститут Академії фінансового управління Міністерства фінансів України

Оцінка впливу конкуренції на макроекономічні показники страхової галузі України

У роботі висунуто і перевірено гіпотези щодо впливу конкуренції страховиків на макроекономічні показники страхової галузі на основі розрахунку обсягів чистих премій, чистого доходу від страхової діяльності, валових премій і активів. Виконано регресійний аналіз для виявлення залежності обсягів доходів і премій, ємності страхового ринку від концентрації найбільших страховиків і індексу Герфіндаля–Гіршмана.

Ключові слова: страховий ринок, премії, дохід, активи, регресійний аналіз, конкуренція, ємність, індекс Герфіндаля–Гіршмана, концентрація.

В работе выдвинуты и проверены гипотезы относительно влияния конкуренции страховщиков на макроекономические показатели страховой отрасли на основе расчета объемов чистых премий, чистого дохода от страховой деятельности, валовых премий и активов. Выполнен регрессионный анализ для выявления зависимости объемов доходов и премий, емкости страхового рынка от концентрации самых крупных страховщиков и индекса Герфиндаля–Гиршмана.

Ключевые слова: страховой рынок, премии, доход, активы, регрессионный анализ, конкуренция, емкость, индекс Герфиндаля–Гиршмана, концентрация.