

УДК 338.439.5: 637.5

Романишин О.В.,
аспірант*

Тернопільський національний економічний університет

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ РИНКУ М'ЯСА В УКРАЇНІ

Постановка проблеми. Ринок м'яса є складовою частиною агропродовольчого ринку. Він являє собою систему відносин, пов'язаних із виробництвом і товарообігом м'яса і м'ясопродуктів.

Ринок м'яса, як і продовольчий ринок в цілому, являє собою складну економічну систему, яка динамічно розвивається і функціонує під впливом різних факторів. Ринок, в першу чергу, підтримку рівноваги між попитом і пропозицією на певний товар. У цьому процесі важлива роль належить економічному регулюванню виробництва продукції, її переробки, збуту та споживання.

Дослідження проблем формування та функціонуванні м'ясного ринку багато в чому перетинається з вивченням його кон'юнктури, а рішення цих проблем власне і спрямоване на створення сприятливих умов ринку.

Сприятлива або позитивна кон'юнктура має місце тоді, коли ємність товарного ринку зростає, виробники отримують достатні для організації відтворювального процесу доходи, споживачі – необхідні їм товари в потрібній кількості і необхідної якості за доступними цінами, а ціни змінюються в основному тільки у зв'язку зі зміною якості товарів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми функціонування агропродовольчого ринку привертають значну увагу вітчизняних економістів-аграрників. Вагомий внесок у їх вирішенні здійснили Т. Г. Дудар [4], С. Л. Дусановський, І. Г. Кириленко, Ю. С. Коваленко, Т. О. Осташко, Б. І. Пасхавер, П. Т. Саблук [1], О. Г. Шпикуляк [3], О. М. Шпичак, Г. В. Черевко та ін. Дослідженню проблем виробництва м'ясної продукції, формування ринку м'яса присвячені праці П. С. Березівського [2], М. В. Зось–Кіора, М. В. Зубця [1], М. В. Калінчика [6], П. К. Канінського, Н. Г. Копитець [7], Р. В. Логоші [8], В. Я. Месель–Веселяка, О. В. Мазуренко, М. М. Одінцева [9], П. Р. Пуцентейла [10], І. В. Свиноуса, А. М. Стельмащука [11], В. І. Топіхи та багатьох інших авторів.

Вони визначили основні принципи функціонування вітчизняного агропродовольчого ринку, стратегічні напрями розвитку ринку м'яса і м'ясопродуктового підкомплексу.

Однак складність і багатогранність питань, пов'язаних із вирішенням відповідних проблем на практиці, зумовлює необхідність подальших досліджень. Це насамперед стосується врахування динаміки росту купівельної спроможності населення, наслідків вступу України до Світової організації торгівлі, структурних змін у системі організації аграрного виробництва. Потрібно враховувати регіональні особливості, пов'язані з природно-кліматичними, демографічними, структуроутворювальними економічними чинниками. Вони визначають перспективи розвитку окремих тваринницьких галузей у різних категоріях сільськогосподарських виробників, темпи зміни попиту населення регіону на м'ясопродукти, особливості формування балансу м'ясної продукції.

Постановка завдання. Метою статті є розгляд засад функціонування ринку м'яса і обґрунтування напрямів його розвитку в Україні.

Виклад основного матеріалу дослідження. Під терміном "м'ясо" прийнято позначати продукт харчування, цілі або частини туш забійних їстівних тварин. Однак у наукових виданнях із проблем аграрної економіки сформувався підхід, коли окремий продуктивний ринок охоплює сферу обігу не тільки продовольчого товару, а й сировини, необхідної для переробки. Тому, коли йдеться про ринок м'яса, здебільшого розглядаються ціни та обсяги реалізації худоби і птиці в живій вазі, так і продуктів їх забою.

У структурі продовольчого ринку важливе місце належить спеціалізованому м'ясному ринку, який включає реалізацію як м'ясопродуктів, так худоби та птиці. Об'єктивний характер формування м'ясного ринку пов'язаний з локалізацією розміщення споживачів м'ясних продуктів, їх специфічними потребами, а також розміщенням виробництва м'ясопродуктів. Виділяють місцевий регіональний ринок, котрий пов'язаний з іншими регіональними ринками м'ясних товарів як з вивезення, так і з ввезення, але основна маса товарів реалізується на регіональному місцевому ринку, що обумовлено значними транспортними витратами, вимогами ринку реалізації парного (свіжого) м'яса та м'ясопродуктів і рядом інших факторів.

Ринок функціонує через сформовану інфраструктуру, яка охоплює поряд із сільським господарством ланки первинної обробки і промислової переробки, оптову ланку, роздрібну ланку і безпосередньо споживачів кінцевої продукції галузі. Механізмом виконання цього є ринок м'ясної продукції, який охоплює організаційно-економічні форми взаємовідносин між суб'єктами

* Науковий керівник: Дусановський С.Л. – доктор економічних наук, професор

господарювання різних сфер галузі тваринництва, забезпечуючи рух продукції на усіх стадіях відтворювального процесу – від вирощування і відгодівлі тварин (отримання м'ясної сировини) до виготовлення готових продуктів і реалізації їх кінцевому споживачу. Отже, поняття “ринку м'яса” охоплює функціонування його відповідних контрагентів (сільськогосподарських, заготівельних, переробних і торговельних організацій), між якими об'єктивно виникають виробничі зв'язки й успішно вирішуються економічні взаємовідносини [10].

Ринку м'яса діє за такими принципами: всеосяжність ринку (безперешкодний рух економічних ресурсів і торгівля ними); рівноправна участь на ринку суб'єктів господарювання з різними формами власності; вільне ціноутворення; поєднання саморегулювання ринку з державним втручанням; аграрне лобі і протекціонізм; розвиток партнерських взаємовідносин; поєднання економічних і соціальних моментів; всебічний розвиток ринкової інфраструктури, маркетингу і логістики.

Отже, під м'ясним ринком розуміється сукупність соціально-економічних відносин у сфері обміну, за допомогою якої здійснюється реалізація худоби та птиці, м'яса і м'ясопродуктів і остаточне визнання суспільного характеру вкладеної в них праці. М'ясний ринок охоплює всі види угод і всі форми реалізації зазначених видів товарів.

М'ясо як продукт переробки поділяється на яловичину, свинину, баранину, сало, птицю, а як окремі продовольчі товари – ковбасні вироби та м'ясні консерви.

Досліджуючи функціонування ринку м'яса, вважаємо за доцільне виділити інституційну та соціальну його ефективність. Інституційна ефективність характеризує рівень узгодження інтересів різних учасників ринку, що є діловими партнерами; її важливим індикатором може слугувати справедливість (раціональність) розподілу доходів між суб'єктами ринку. Соціальна ефективність ринку характеризується рівнем доступності якісних продовольчих товарів для кінцевих споживачів – населення. При цьому слід виділити фізичну та економічну (фінансову) доступність продуктів. Фізична доступність продовольства визначається наявністю достатньої його пропозиції, економічна – залежить від рівня цін на продукцію й доходів населення [1; 4; 6].

Фактичний рівень споживання м'яса в Україні – 39,1 кг у 2011 році – значно нижчий як від раціонального, так і від мінімального нормативного показника. Оскільки м'ясопродукти належать до однієї з найважливіших продовольчих груп, йдеться про значні відхилення від рекомендованих стандартів харчування [10].

Внаслідок економічної кризи масштаби операцій на ринку м'яса різко зменшились, а отже, у нього є значний потенціал росту. Якщо в оцінці потенційної місткості ринку виходити з рекомендованої норми споживання м'яса на одну особу, то в перспективі обсяг реалізованих а ньому товарів у натуральних одиницях повинен зрости удвічі [11].

Ринку м'яса порівняно з іншими продуктовими ринками визначається великою внутрішньою потенційною місткістю. Незважаючи на цей потенціал, зрушення впродовж останніх років на ринку м'яса не були настільки помітними, як на деяких інших продуктових ринках. Індикатором змін може слугувати динаміка обсягів споживання основних продуктів із розрахунку на одну особу. Так, у 2011 році порівняно з 2005 роком фактичне споживання м'яса на одну особу в Україні збільшилось на 19%, тоді як яєць – на 43%, риби – 71%, олії – на 44%, плодів, ягід і винограду – на 27% [11].

Недостатня активність ринку пов'язана з тим, що м'ясо для переважної більшості населення залишається через його відносну дорожнечу малодоступним товаром. Цю обставину також вважаємо соціальною особливістю даного ринку.

Похідною від цієї особливості обставиною є значна диференціація рівня споживання м'яса залежно від доходів споживання. Така диференціація властива для майже усіх ринків споживчих товарів. Оцінити її масштаби можна на основі результатів вибіркового спостереження домогосподарств України – інформації про споживання основних продуктів харчування за децильними (10%) групами залежно від розміру середньодушових сукупних витрат.

На основі даного спостереження встановлені показники споживання м'яса і м'ясопродуктів у групах домогосподарств з різним рівнем сукупних витрат. До кожної із цих груп належить 10% домогосподарств. Їх сукупні витрати складаються з грошових витрат, а також вартості спожитих домогосподарством і подарованих йому родичами та іншими особами продуктів харчування, отримання з особистого підсобного господарства та в порядку самозаготівель, вартості подарованих продовольчих товарів, суми пільг і субсидій, дотацій. У 10% домогосподарств із найвищим рівнем споживання м'яса на одну особу в 4,5 рази більше, ніж у першій децильній групі.

Залежність між сукупними витратами домогосподарств і рівнем споживання ними м'ясопродуктів можна дослідити за допомогою графічного методу. На рис.1 показано розподіл сукупного фонду споживання м'яса між домогосподарствами України залежно від рівня сукупних витрат цих домогосподарств. Лінія відображає розподіл у суспільстві м'ясних продовольчих ресурсів. Нерівність розподілу характеризує відхилення ламаної лінії абсолютної рівності. Чим більше відхилення, тим більша нерівність у споживанні м'яса домогосподарствами з різним рівнем доходів.



Рис.1. Розподіл сукупного фонду споживання м'ясопродуктів за децильними групами домогосподарств України залежно від розміру їх середньодушових сукупних витрат
 Джерело: власні дослідження

Серед соціальних проблем, які перешкоджають розвитку ринку м'яса, слід виділити неспроможність існуючої системи взаємовідносин суб'єктів ринку забезпечити належний рівень соціального захисту виробників сільськогосподарської продукції. Ця обставина впливає на обсяг пропозиції сировини для виготовлення м'ясопродуктів, і її врахування поряд із суто виробничими проблемами необхідне для обґрунтування засад стійкого й збалансованого розвитку вітчизняного ринку м'яса.

Зокрема, переважна більшість загального обсягу реалізації худоби і птиці на забій припадає на особисті селянські господарства. Зауважимо, що споживання м'ясопродуктів у сільських домогосподарствах України у 2011 році було майже на третину меншим ніж у міських, зокрема через прагнення продати частину продукції для поповнення сімейного бюджету. Однак впродовж останніх років спостерігається помітне зменшення частки доходів від продажу виробленої сільськогосподарської продукції у сукупних доходах домогосподарств у сільській місцевості. Це пов'язане зі збільшенням доходів сільського населення з джерел, що не мають безпосереднього відношення до сільськогосподарського виробництва.

У принципі таку тенденцію можна охарактеризувати як позитивну. Однак слід погодитися з тими вченими, котрі зазначають, що з підвищенням життєвого рівня й покращенням соціального захисту сільського населення кількість особистих селянських господарств та обсяги виробництва ними продукції будуть зменшуватись. Відтак зменшення поголів'я худоби в особистих селянських господарствах є закономірним.

Розглянуті соціальні аспекти проявляються у дії чинників, які поряд з іншими чинниками впливають на формування кон'юнктури ринку м'яса. Специфікою цієї кон'юнктури є те, що вона формується у результаті взаємодії первинного та похідного попиту, первинної і похідної пропозиції.

Первинним є попит споживання на м'ясопродукти, похідним – попит на сільськогосподарську продукцію, сировину для її виготовлення, тобто на худобу і птицю, що реалізовується на забій. Відповідно первинна пропозиція визначається вагою худоби і птиці, що може бути призначена для забою з метою подальшої переробки на м'ясопродукти, а похідна пропозиція стосується продуктів забою та м'ясопродуктів, що пропонуються кінцевим споживачам.

Попит на м'ясопродукти залежить від трьох основних груп чинників: демографічних, поведінкових і пов'язаних з рівнем платоспроможності споживачів. Чинники, пов'язані з формуванням платоспроможного попиту, займають особливе місце. Їх дію ілюструє розглянута залежність між доходами домогосподарств і рівнем споживання м'яса. Вчені, котрі досліджують проблеми продовольчої безпеки, практично одностайні в тому, що саме різке зниження доходів населення зумовило погіршення структури його харчування через зменшення у ній частки особливо цінних продуктів тваринного походження, насамперед м'ясопродуктів.

Слід також зазначити, що до цієї групи належать різноманітні чинники, які можуть помітно змінюватися впродовж порівняно короткого періоду часу, залежно від ефективності економічної політики, що проводиться в державі. Збільшення в останні роки споживання населення України м'яса безпосередньо пов'язане з реальним підвищенням його доходів.

До демографічних чинників формування ринкового попиту належать чисельність населення та окремі його структурні характеристики. Чисельність населення визначає кількість споживачів, яка є чинником першого порядку, що впливає на місткість окремих географічних сегментів ринку м'яса. Що стосується інших демографічних характеристик, то неоднаковий рівень споживання м'ясопродуктів характерний для міського і сільського населення.

Розвиток співпраці господарств населення зі сільськогосподарськими підприємствами дозволить пом'якшити негативні наслідки скорочення поголів'я тварин в особистих селянських господарствах. Перспективним напрямом розвитку м'ясного скотарства є відновлення практики догодівлі в сільськогосподарських підприємствах придбаного в населення молодняку великої рогатої худоби, позитивний ефект матиме закупівля телиць для поповнення основного стада.

Розвиток тваринництва у малих формах господарювання господарствах населення і невеликих фермерських господарствах сімейного (типу) сприятиме створення за територіальним принципом обслуговуючих кооперативів, серед важливих функцій яких – організація зоотехнічного і ветеринарного обслуговування, постачання комбікормів і догляд за громадськими пасовищами, представництво виробників на роздрібних і гуртових ринках м'ясопродуктів. Основна ініціатива й сприяння у формуванні кооперативів повинні виходити від представників дорадчих служб, функціонування яких підтримується за рахунок бюджетного фінансування.

Формування організованого ринку м'яса передбачає розвиток мережі гуртових ринків. Створення спеціалізованих осередків гуртової торгівлі м'ясом забезпечить належні умови для реалізації продукції за справедливими цінами, контроль за якістю продуктів, сприятиме розвитку міжрегіональної і міждержавної торгівлі. Інший елемент ринкової інфраструктури – біржова торгівля м'ясом забезпечуватиме здійснення інтервенційних операцій Аграрного фонду. Ці операції виступатимуть одним з основних важелів впливу держави на кон'юнктуру ринку м'яса [5].

Механізм регулювання ринку м'яса формується зі системи адміністративних і економічних важелів, які застосовуються як державними органами (державне регулювання), так і суб'єктами ринку м'яса (інтеграційне регулювання). Державне регулювання передбачає пряме втручання державних органів у товарообмінні операції, фінансову підтримку сільськогосподарських виробників, розробку норм і стандартів якості продукції й контроль за їх дотриманням. Інтеграційне регулювання передбачає погоджувальні дії суб'єктів ринку в рамках вертикальних інтеграційних структур, вплив на розвиток м'ясопродуктового під комплексу та ринку м'яса діяльності національних і регіональних асоціацій виробників.

Важливий аспект реалії українського ринку – це необхідність поетапного розвитку виробництва з трансформацією у вертикально-інтегровану виробничо-господарську структуру для максимального ресурсного і переробного забезпечення всього ланцюга діяльності. На поточному етапі розвитку м'ясного скотарства в Україні ці тренди проявляються в процесі поступового зменшення територіального та кількісного розосередження в більшості неефективного дрібнотоварного виробництва.

Висновки з даного дослідження. Ринку м'яса є складовою частиною агропродовольчого ринку і представляє собою систему відносин, пов'язаних з виробництвом і товарообігом сировини для виробництва м'яса (сільськогосподарської продукції – худоби і птиці в живій вазі) і м'ясопродуктів. Його кон'юнктура формується в результаті взаємодії попиту і пропозиції на м'ясопродукти.

Важливим елементом інтеграційного регулювання ринку м'яса повинен стати розвиток співпраці між сільськогосподарськими виробниками і переробними підприємствами. З цією метою пропонується укладати довготермінові (на період менше року) контракти між переробними підприємствами, з одного боку, та окремими сільськогосподарськими підприємствами й кооперативами, утвореними особистими селянськими і невеликими фермерськими господарствами, з іншого. Контракти повинні передбачати обсяг сировини, яку планує закупити переробне підприємство у виробника, терміни поставки худоби, причини, через які переробне підприємство може зменшити обсяги закупівлі худоби, коридор цін, за якими здійснюватиметься розрахунок, відповідальність сторін за невиконання умов контракту.

Література

1. Аграрний сектор економіки України (стан і перспективи розвитку) / [Присяжнюк М. В., Зубець М. В., Саблук П. Т. та ін.] ; за ред. М. В. Присяжнюка, М. В. Зубця, П. Т. Саблука, В. Я. Месель-Веселяка, М. М. Федорова. – К. : ННЦ ІАЕ, 2011. – 1008 с.
2. Березівський П. С. Стратегічні пріоритети розвитку м'ясного скотарства / П. С. Березівський // Сталій розвиток економіки. – 2011. – № 6. – С. 165–169.
3. Витрати та ефективність виробництва продукції в сільськогосподарських підприємствах (моніторинг) / [Ю. П. Воскобійник, О. Г. Шпикуляк, А. В. Тіней та ін.] ; за ред. Ю. П. Воскобійника, О. Г. Шпикуляка. – К. : ННЦ ІАЕ, 2010. – 343 с.
4. Дудар Т. Г. Формування ринку конкурентоспроможної агропродовольчої продукції: теорія, методика, перспективи : моногр. / Т. Г. Дудар, В. Т. Дудар. – Тернопіль: Економічна думка, 2009. – 246 с.
5. Закон України "Про оптові ринки сільськогосподарської продукції" від 25.06.2009 № 1561-VI // Відомості Верховної Ради України (ВВР). – 2009. – № 51. – Ст. 755.

6. Калинин Н. В. Развитие и эффективное функционирование предприятий на рынке говядины : моногр. / Н. В. Калинин, О. А. Саенко, В. В. Россоха. – К. : ННЦ ИАЭ, 2009. – 212 с.
7. Копитець Н. Г. Функціонування системи збуту продукції скотарства: теоретико-практичний аспект : моногр. / Н. Г. Копитець. – К. : ННЦ ІАЕ, 2007. – 210 с.
8. Логоша Р. В. Аналіз сучасного стану експорту м'ясної продукції / Р. В. Логоша // Економіка АПК. – 2009. – № 10. – С. 120–124.
9. Одинцов М. М. Формування і розвиток ринку продуктів тваринництва : моногр. / М. М. Одинцов. – Черкаси : Брама-Україна, 2009. – 296 с.
10. Пуцентейло П. Р. Конкурентоспроможність м'ясного скотарства України: теорія і практика : моногр. / П. Р. Пуцентейло. – Тернопіль : ВПЦ "Економічна думка ТНЕУ", 2011. – 420 с.
11. Стельмашук А. М. Становлення сталого розвитку тваринницькопродуктового комплексу / А. М. Стельмашук // Інноваційна економіка. – 2010. – № 5. – С. 57–62.

УДК 658.7/8.012.122

Дзюбіна К.О.,
старший викладач, керівник підсекції Ради молодих вчених
кафедри зовнішньоекономічної та митної діяльності
Національний університет «Львівська політехніка»

ВИЗНАЧЕННЯ ОЗНАК ТИПОЛОГІЇ ЗВОРОТНИХ МАТЕРІАЛЬНИХ ПОТОКІВ

Постановка проблеми. Сучасні тенденції розвитку суспільного виробництва, що проявляються через зростання культури споживання, підвищення рівня обізнаності споживачів та соціальної відповідальності підприємств, активізування процесів державного контролювання у сфері забруднення навколишнього середовища, актуалізації питань, пов'язаних з проблемами сталого розвитку обумовлюють необхідність застосування прогресивних підходів до управління зворотними матеріальними потоками (ЗМП). Проблеми управління ЗМП значною мірою пов'язані з неоднозначністю тлумачення даного поняття, а також підходів щодо виокремлення їх окремих типів. Загальний підхід до типології ЗМП здебільшого зводиться до прямої аналогії з прямими матеріальними потоками (ПМП). Відтак нагальною є проблема розроблення ознак типології ЗМП з урахуванням їх специфічних характеристик.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. До недавнього часу основним об'єктом процесу управління матеріальними потоками промислових підприємств був матеріальний потік, направлений від виробника до посередника або кінцевого споживача. Питання логістичного управління матеріальними потоками та їх класифікації розглянуто в працях таких науковців, як Б. Анікін, Д. Вордлоу, Д. Вуд, А. Гаджинский, Дж. Гатторн, Д. Джонсон, О. Зуєва, Р. Йоффе, Є. Крикавський, М. Дуглас Ламберт, М. Окландер, Р. Дж. Сток, Дж. Шапіро та ін. Однак всі вони акцентують увагу на направленні вектору матеріальних потоків промислових підприємств в напрямку «від виробника». Матеріальним потокам, направленим у зворотному напрямку, приділено увагу фрагментарно. Основним об'єктом при цьому виступають відходи [1-3].

Постановка завдання. Метою статті є розгляд ознак типології зворотних матеріальних потоків (ЗМП), визначення зворотного матеріального потоку, проведення систематизації основних ознак та параметрів зворотних матеріальних потоків. Типологія ЗМП дасть можливість промисловим підприємствам прогнозувати їх обсяги та види, вчасно здійснювати превентивні заходи, обирати доцільну та раціональну стратегію управління ЗМП.

Виклад основного матеріалу дослідження. Наведемо визначення поняття «зворотний матеріальний потік». *Зворотний матеріальний потік* – це сукупність товарно-матеріальних цінностей, віднесена до визначеного часового інтервалу та направлена в напрямку від джерела її споживання до джерела утворення з метою відновлення корисності або вилучення з обігу. Об'єктами ЗМП можуть бути сировина, готова продукція, товари, засоби упаковки багаторазового використання або відходи. Відновлення корисності об'єктів ЗМП може відбуватись за рахунок їх трансформації, а саме: перепродажу, ремонту, рециклінгу або утилізації [4].

У випадку, коли об'єктом ЗМП виступають *відходи* доцільно конкретизувати визначення ЗМП як сукупності відходів, віднесеної до визначеного часового інтервалу та направленої в напрямку від джерела її виявлення до джерела потенційного утворення з метою відновлення корисності або поводження з нею. Під *джерелом потенційного утворення* автор розуміє місце чи об'єкт, що