

*В. М. Орел,*

*к. е. н., доцент кафедри економіки та менеджменту,  
Миколаївська філія ПВНЗ "Європейський університет"*

*А. М. Орел,*

*к. е. н., викладач кафедри судноводіння та керування судном, Миколаївський факультет  
Морського та річкового транспорту Київської державної академії водного транспорту  
імені гетьмана Петра Конашевича-Сагайдачного (Україна)*

## ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ РЕГІОНАЛЬНОГО РИНКУ М'ЯСА

V. Orel,

candidate of economical science, associate professor of the chair  
"Economics and Management "Mykolaiv branch PVNZ "European University" (Ukraine)

A. Orel,

candidate of economical science, teacher of department of navigation and vessel control Nikolaev Faculty of Maritime  
and River Transport of Kyiv State Academy of Water Transport named after Hetman Petro Konashevich  
Sagaydachnogo (Ukraine)

### THEORETICAL ASPECTS OF REGIONAL MARKET MEAT

***У статті розглянуто, як товаровиробники стоять за продавцями та конкурентна боротьба при-  
мушує їх знижувати витрати. Також моменти, які дуже впливають на сприйняття покупцями про-  
дуктів: вартість, якість, переваги перед існуючими зразками, відповідність споживчим стан-  
дартам. Продукція, пропонована на ринок, зобов'язана бути конкурентоспроможною, іншими  
словами, мати ці споживчі якості, якими б вона вигідно вирізнялася від подібної продукції інших  
конкурентів.***

***In the article, as producers behind the sellers and competition forces them to cut costs. Also,  
things that have a major impact on the perception of buyers of products: price, quality, advantages  
over existing models, matching consumer standards. Products offered on the market must be  
competitive, in other words, consumers have these qualities which she favorably distinguished from  
other similar products of competitors.***

*Ключові слова: ринок, конкурентна боротьба, ринок вільної конкуренції, регіональний ринок, регіональні  
конкурентні переваги, м'ясний підкомплекс, прибуток.*

*Key words: market, competition, free competition market, regional market, regional competitive advantages,  
meat under complex, profit.*

### ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ У ЗАГАЛЬНОМУ ВИГЛЯДІ ТА ЇЇ ЗВ'ЯЗОК ІЗ ВАЖЛИВИМИ НАУКОВИМИ ЧИ ПРАКТИЧНИМИ ЗАВДАННЯМИ

Ринок — це взаємодія продавців і покупців. Кожний самостійний у власних діях. Не обов'язково бути власником того продукту, що купується, або продається, можливо працювати й за дорученням. Покупцями можуть бути громадяни, родини, компанії, посередники, які одержують продукти для наступної реалізації (компанії оптової й роздрібною торгівлі), державні установи.

На ринку виграє товаровиробник, конкурентоспроможність продукції якого більше. Прогресивний ринок більше перетворюється в ринок новинок, з цих причин новизна стала найголовнішою властивістю продуктів і

послуг, яка робить їх конкурентоспроможними. Новими вважають продукти й пропозиції, у яких немає аналогів, також поліпшені варіанти, або модифікації існуючих. Ринок цікавлять усілякі нововведення: у обладнання, які гарантують продуктивність, тривалий строк експлуатації; у дизайн, які роблять продукцію комфортною й естетичною; збільшують рентабельність виробництва. Для прогресивного ринку характерно стирання державних кордонів, формування глобальних ринків товарів, послуг, технологій, інформації, робочої вили, капіталів і валют.

Актуальність дослідження даної проблеми полягає в необхідності широко дослідити регіональний ринок м'яса, тому що він є однією з невід'ємних складових розвитку економіки України.

## АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ, В ЯКИХ ЗАПОЧАТКОВАНО РОЗВ'ЯЗАННЯ ДАНОЇ ПРОБЛЕМИ І НА ЯКІ СПИРАЄТЬСЯ АВТОР, ВИДІЛЕННЯ НЕ ВИРІШЕНИХ РАНІШЕ ЧАСТИН ЗАГАЛЬНОЇ ПРОБЛЕМИ, КОТРИМ ПРИСВЯЧУЄТЬСЯ ОЗНАЧЕНА СТАТТЯ

Ринок завжди цікавий економістів. Такі видатні вчені, як Л.І. Абалкін, Й.А. Шумпетер, В. Швець, А. Стасів, Р. Тис, С. Фішер, Р. Дорнбуш, Р. Шмалензи, Г. Фандель та інші, створили оригінальні концепції ринку.

Сучасний американський економіст Ф. Котлер характеризує ринок як сукупність існуючих і потенційних покупців товару, підкреслюючи особливу роль покупців. Англійська енциклопедія позиціонує ринок як сукупність механізмів, за допомогою яких виконується обмін товарами й пропозиціями в наслідок контактів клієнтів і продавців один з одним. Контакт має можливість виконуватися прямо, або ж через персональних посередників або організації. Школа визначала ринок як складний передавальний устрій, який дозволяє з найбільшою повнотою й ефективністю використовувати інформацію, неухважно серед незліченної безлічі індивідуальних агентів [1].

### ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ СТАТТІ

Метою даної статті є комплексне та обґрунтоване вивчення та дослідження регіонального ринку так і ринку в цілому на основі ринку м'яса та м'ясопродуктів.

### ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ ДОСЛІДЖЕННЯ З ПОВНИМ ОБґРУНТУВАННЯМ ОТРИМАНИХ НАУКОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ.

Роль ринку в економіці зумовлюється наступними моментами:

По-перше, ринок через механізм конкурентної боротьби сприяє розумному розподілу ресурсів. По-друге, ринок дуже впливає на розмір і структуру поведінки, пристосовуючи її через вартість до платоспроможного попиту. По-третє, ринок оздоровлює економіку, звільняючи її від безприбуткових, неконкурентоспроможних підприємств. По-четверте, ринок змушує покупця підбирати структуру споживання, належну його заробітку й цінам. По-п'яте, ринкові розцінки виступають носіями фінансової інформації, сповіщаючи про наявність або ж недоступність продуктів, чисельність й властивості, витрати їх виробництво.

Ринки можна позначати за об'єктами покупки-продажу, типом конкурентної боротьби, територіальним показником.

По об'єктах купівлі-продажу розпізнають ринок продуктів, послуг і інформації, ринок капіталів і ринок робочої сили.

За типом конкуренції розрізняють: ринок вільної (досконалої) конкуренції, де всі продавці й покупці мають рівні права й можливості; ринок недосконалої конкуренції, який підрозділяється на ринки чистої монополії, олігополії й монополістичної конкуренції.

За територіальним характером відрізняються районні ринки, обумовлені територіально-адміністративним дробленням, національні й великі ринки [2].

Регіональний ринок складається із сільських ринків, міських базарів, роздрібної й оптової торгівлі, ярмарків, аукціонів, бірж, до нього входять торговельні операції поза ринковою інфраструктурою торговця або покупця.

Отже, регіональний м'ясний ринок — це сукупність усіх угод, що виконуються на цій місцевості (у районі) по

реалізації худоби, птиці, м'яса й м'ясних товарів і, пов'язаних із цим, соціально-економічних відносин.

Пропозиція або ж ринкові фонди в районі формують районні виробники худоби, птиці й м'ясної продукції, також завезення з інших регіонів або через кордон. Обсяг попиту, або ж рівень попиту, зумовлюється загальним попитом населення з урахуванням значення заробітків населення. Найбільш головними складовими ринку вважаються: попит, пропозиція, ринкова вартість, конкуренція. Попит представляє пред'явлену на ринку необхідність у товарах за явний період часу.

Оскільки мова йде про регіональний ринок, то попит це необхідність у товарах (худобі, м'ясі й м'ясопродуктах) покупців, головним чином, цього району, а також потреба покупців інших регіонів, незадоволених пропозицією на власних регіональних ринках. Під попитом розуміється потреба, що базується на наявності належних економічних ресурсів, іншими словами в товарному виробництві мова може йти винятково про платоспроможний попит.

Отже, платоспроможний попит на регіональному м'ясному ринку висловлює загальну необхідність у худобі, птиці, м'ясі й м'ясопродуктах при існуючому рівні ринкових розцінок усіх районних покупців і необхідність на вивіз.

Попит — платоспроможна потреба, винесена на ринок. Протягом року відбуваються коливання ринкових цін, тому для аналізу необхідно розглянути цей показник в динаміці.

Іншою найбільш істотною складовою ринку вважається пропозиція, під якою розуміється сукупність продуктів, яка при існуючому рівні тарифів може бути представлена на реалізацію на даному регіональному м'ясному ринку всіма районними товаровиробниками, включаючи і ймовірні поставки з інших районів, тобто чисельність продукту, яку, при схожій вартості, згодні виробити й запропонувати до реалізації товаровиробники.

Часовий період для визначення попиту та пропозиції обирається однаковий, тому що дані дві групи ринку нерозривно пов'язані між собою.

Закон ринку функціонує в сфері обміну продуктів, виражає потребу дотримання співвідношення між попитом та пропозицією. При недотриманні співвідношення між попитом та пропозицією закон приводить до того, що між учасниками ринку пропорції виробництва змінюються й рівновага відновлюється.

Вартість на ринку худоби, птиці, м'яса й м'ясопродуктів передбачає валютне вираження ціни даних товарів. Ринкові вартості під впливами пропорції попиту та пропозиції відрізняються від ціни товарів. При перевищенні попиту над пропозиціями ринкові вартості на м'ясопродукти збільшуються, а у випадку перевищення пропозиції над попитом — вони знижуються. У випадку зрівняння попиту та пропозиції встановлюється рівноважна ціна.

Ринкові розцінки — це практичні розцінки, по яких виконується купівля-продаж м'ясних товарів. На регіональному м'ясному ринку не присутні загальні ринкові розцінки, вони диференціюються по локальних ринках, відрізняючись від середньої вартості по району в цілому. Для відповідності попиту та пропозиції на регіональному ринку, насамперед, важливий рівень ринкових роздрібних цін.

Узгодження попиту та пропозиції відбувається, спочатку, під впливом конкурентної боротьби, під якою розуміється змагання виробників по задоволенню попиту покупців у конкретних товарах. У широкому змісті кон-



Рис. 1. Форми конкурентних відносин

курентна боротьба має місце не тільки між виробниками, а й між покупцями за придбання худоби, м'яса й м'ясопродуктів, а ще між виробниками за прийнятну їм вартість.

Ринки окремих компаній і галузей у загальному потребують стратегічного розвитку. Провідна роль належить збільшенню конкурентоспроможності продукції, компаній, галузей.

Конкурентна боротьба (від латинського *concurrere* — зустрічатися) є пристосування конкуруючих ринкових структур за право відшукати споживача й за ймовірність реалізувати власний продукт на більш цікавих умовах і, нарешті, діставати граничний прибуток [3].

Забезпечуючи пропорційність і динамічність ринкової економіки, конкурентна боротьба виконує ряди нестандартних функцій: регулюючу, інноваційну, адаптаційну, або ж функцію розміщення, розподільчу, контрольну.

Виходячи із поняття конкурентної боротьби, всю різноманітність конкурентних відносин поділяють на 5 значень: конкурентоспроможність продукції (продукту, пропозиції); компанії; галузі; району; країни. Відносини, які виникають у системі конкуренції, класифікуються за декількома ознаками (рис. 1).

Інтернаціональний поділ праці привів до кваліфікації на великому ринку виходячи із конкурентоспроможності тієї або іншої галузі. У фінансовій науці доктрина конкурентної боротьби актуалізує завдання виділення мезорівня, тобто галузей. Конкурентоспроможність галузі — відносно нове поняття, яке вимагає уточнення й обґрунтування. На наш погляд, потрібно спочатку встановити границі особисто галузі, відштовхуючись від її визначення, а безпосередньо:

— Сукупність фірм, які приймуть на озброєння найближчі технології й ресурси, виробляють і розподіляють подібні продукти, які конкурують на одному споживчому ринку. Вважається, що галузь охоплює створення, розподіл і вживання продуктів або послуг. Це господарська галузь, необхідна для визначення конкурентів.

— Сукупність підприємств, які перебувають у віданні одного адміністративного органу управління. Це історично сформована адміністративна галузь.

Згідно з економічною теорією, галузь поєднує виробників — продавців товарів, які є близькими субститутами, з погляду виробництва.

Ринок, на відміну від галузі, поєднує як продавців, так і покупців, які вважаються близькими субститутами

з погляду споживачів, тобто з боку попиту. Ринок більше галузі, тому що включає до того ж покупців, однак галузь "ширше", ніж ринок по розміру пропозиції, тому що її продукція продається на декількох внутрішніх ринках, розділених за попитом. Ототожнення галузі й ринку неприйнятне. Ринок і підгалузь, що поєднується в масштабах галузі виробництвом схожих товарів, і можуть бути поєднанні по схожих поняттях.

Для виділення границь ринку використовуються наступні критерії: показник зміни виторгу при зміні ціни, кореляція цін товарів у часі, географічна обмеженість ринку. Виявивши границі ринку, потрібно виявити компанії, які випускають продукт на даному ринку за допомогою характеристик кваліфікації й охоплення.

При розгляді міжгалузевої конкурентної боротьби слід виділити 2 особливості. З одного боку, міжгалузева конкурентна боротьба встає між власниками капіталів різних галузей за одержання більш високих доходів і вигоди, іншими словами має місце бути перелив капіталів з галузей, які мають низький поріг доходу.

Тут діє принцип вирівнювання норми прибутку. Якщо глянути під іншим кутом, при розгляді міжгалузевої конкурентної боротьби потрібно передбачати конкурентні плюси території, на якій розташована галузь, тобто регіональні конкурентні плюси.

Регіональні конкурентні переваги — система фінансових, природних, суспільних, культурних і інших критеріїв, які сформувалися в районі, які відрізняють його від інших регіонів і характеризують довгострокові можливості становлення окремих сфер господарських робіт. Нарешті, можна виділити внутрішньогалузеву й міжгалузеву конкурентну боротьбу: внутрішньогалузева — конкурентна боротьба виробників схожих продуктів, яка є найбільш підходящим критерієм виробництва й збуту; міжгалузева — змагання виробників різних галузей за більш вигідні сфери використання грошей, або ж задоволення схожих потреб покупця різними видами продукції. Кількісне визначення конкурентоспроможності галузі вимагає пошуку узагальнюючої ознаки для порівняння галузей друг з другом.

У вигляді бази застосовують потенційно легкодоступні сучасні види й форми організації й технології виробництва.

З числа чинників формування конкурентоспроможності галузі можна виділити зовнішні й внутрішні. До зовнішніх відносяться: рівень конкурентоспроможності держави, муніципальну підтримку бізнесу, правове ре-



гулювання функціонування економіки, відкритість суспільства й ринків, підтримка науки й новаторської роботи, якість інформаційного забезпечення управління, рівень інтеграції держави, присутність легкодоступних природних ресурсів, рівень конкурентної боротьби в багатьох напрямках.

З числа внутрішніх моментів важлива оцінка необхідності у товарі галузі, конкурентоспроможність генпо-стачальників ресурсів, якість інформаційного забезпечення, рівень радикальних нововведень, конкурентоспроможність компаній, представлених в галузі.

Конкурентоспроможність галузі багато в чому визначає конкуренцію товаровиробників на її території а, нарешті, і конкурентоспроможність виробленого товару.

Прибуток як результат привабливості і конкурентоспроможності є залежним від ряду моментів: від значення продукту для споживача, який орієнтується на необхідність й наявність товарів-замінників.

Незважаючи на меншу свою прогностичність, збут по прямих зв'язках, сільськогосподарськими кооперативами, на оптових ярмарках і аукціонах і т. д. є найважливішою формою організації сільськогосподарського й продовольчого ринку, додання йому одночасно мобільності й стабільності в забезпеченні споживачів продукцією сільського господарства.

Дані форми реалізації, продиктовані найбільшим розвитком ринку, допомагають організації дій багаторазового постачання, зниженню розцінок, тому що на їх базі "зустрічається" багато продавців і клієнтів, що скорочує можливість раптових змін тарифів, їх конкретне зближення на загальному рівні. Однак і тут країна не залишається осторонь, пред'являючи явні вимоги до якості продукції, критерій завою художі і т. д.

У наслідок такої організації й контролювання з боку країни ринок стає дуже стійким, передбачуваним і регульованим.

У цей момент, внаслідок раптових обставин мають усі шанси з'явитися значні хитання пропозиції або попиту на вітчизняному ринку, у такій ситуації уряд підключає роботу імпорту й експорту.

Інтеграція регіонів і галузей диктується диспропорціями в їх стані, потребою ліквідації відомчого підпорядкування, невинуватими втратами й прагненнями до поліпшення властивостей остаточної продукції агропромислового комплексу.

У зв'язку з багатогалузевим характером виробництва в АПК, виділення підкомплексів як сукупності фірм, організацій, господарств і галузей, цілком реалізує завдання — функцію цього підкомплексу. Має сенс виділення "ядра підкомплексу", що відіграє головну роль у задоволенні потреб населення в підходящій групі остаточної товарів АПК [4].

Чимала суспільна значимість проблеми задоволення потреб населення в м'ясі й м'ясних продуктах, необхідність пріоритетного вирішення цього завдання, характер виробничих і фінансових взаємозв'язків між тваринництвом і м'ясопереробною індустрією, які беруть участь у випуску остаточної продукції, роблять необхідним становлення м'ясного підкомплексу.

Тепер у системі агропромислового комплексу країни тваринницькі підкомплекси не мають самостійного адміністративного управління. Однак структура управління тваринницьким підкомплексом суттєво наближена до потреб ринку. Так, створення товарів тваринництва, їх заготовка, ветеринарна служба, племенна справа, створення комбикормів, промислова переробка продукції підлеглі організації із виробництва й переробки товарів

тваринництва. У таких випадках є підходящі аспекти для узгодження проектів, ліквідації диспропорцій, сезонності виробництва, набагато кращого застосувань ресурсів і досягнень науки [5].

У якості проміжного варіанту можливе інтегрування виробництва м'яса й м'ясопродуктів по галузевому принципу зі створенням відповідного органу управління за аналогією із виробництвом продуктів птахівництва.

М'ясний підкомплекс поєднує галузі, які беруть участь у ході виробництва й товарного обігу товарів, кормовиробництва, комбикормову й м'ясну індустрію, автотранспорт, зберігання й торгівлю.

Основним ядром підкомплексу є тваринництво.

## ВИСНОВКИ З ДАНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ І ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ РОЗВІДОК У ДАНОМУ НАПРЯМІ

Отже, м'ясний підкомплекс це сукупність вбудованих галузей сільського господарства й м'ясної індустрії, які гарантують створення, переробку, зберігання, перевезення й реалізацію м'ясної продукції.

Головною метою функціонування м'ясного підкомплексу є стабільне забезпечення потреб в остаточної, конкретно споживаній населенням м'ясної продукції — м'ясі усіх видів, ковбасних і м'ясних продуктів, напівфабрикатів і інших продуктів при мінімальних витратах грошово-матеріальних ресурсів.

### Література:

1. Буднікевич І.М. Становлення регіонального ринку інновацій в Україні / І.М. Буднікевич, І.М. Школа / Ін-т регіональних досліджень НАН України. — Чернівці: Зелена Буковина, 2002. — 17 с.
2. Богачев В. И. Экономическая и продовольственная безопасность регионов в условиях аграрной реформы: учебное пособие / В.И. Богачев, Д.Д. Чертков, Б.Д. Чертков. — Луганск: Элтон-2, 2009. — 189 с.
3. Гордієнко П.Л. Стратегічний аналіз: навч. посібник / П.Л. Гордієнко. — К.: Алерта, 2006. — 18 с.
4. Калінчик М.В. Ефективність виробництва та розвиток ринку свинини / М.В. Калінчик, М.М. Ільчук, Т.М. Одинцова. — К.: Нічлава, 2005. — 13 с.
5. Латинін М.А. Стратегічне планування: навч. посіб. / За заг. ред. О.Ю. Амосова, М.А. Латинін, Т.М. Лозинська. — Х.: Вид-во Хар. НАДУ "Магістр", 2007. — 104 с.

### References:

1. Budnikevych, I.M. and Shcola, I.M. (2002), Stanovlennia rehional'noho rynku innovatsij v Ukraini [The formation of the regional market innovations in Ukraine], Institute for Regional Studies of NAS of Ukraine Zelena Bukovyna, Chernivtsi, Ukraine.
2. Bogachev, V.I. Chertkov, D.D. and Chertkov, B.D. (2009), Ekonomicheskaja i prodovol'stvennaia bezopasnost' rehyonov v uslovyakh ahrarnoj reformy [Economic and food security safety of regions in conditions Agrarian reform], Elton-2, Luhansk, Ukraine.
3. Gordienko, P.L. (2006), Stratehichnyj analiz [Strategic Analysis], Alerta, Kyiv, Ukraine.
4. Kalinchyk, M.V. Ilchuk, M.N. and Odintsov, T.N. (2005), Efektyvnist' vyrobnytstva ta rozvytok rynku svynyny [The efficiency of the production and development of pork market], Nichlava, Kyiv, Ukraine.
5. Latynina, M.A. Amosov, O.Y. and Lozinska, T.M. (2007), Stratehichne planuvannia [Strategic planning], Mahistr, Kharkiv, Ukraine.

Стаття надійшла до редакції 07.08.2015 р.