

**ДОСЛІДЖЕННЯ ТА ПРОГНОЗУВАННЯ КОН'ЮНКТУРИ РИНКУ  
ПРОДУКЦІЇ ПТАХІВНИЦТВА УКРАЇНИ**

**Р. І. БУРЯК**, доктор економічних наук,  
професор кафедри маркетингу та міжнародної торгівлі  
**Національний університет біоресурсів  
і природокористування України**  
E-mail: ruslan1212@ukr.net

***Анотація.** Успішне функціонування птахівничого підприємства неможливе без належного інформаційного забезпечення. Для прийняття обґрунтованих маркетингових рішень необхідна повна, актуальна й достовірна інформація, яку можна отримати на основі комплексного вивчення маркетингового середовища.*

*Птахівництво є галуззю, що вирізняється надзвичайно високою динамічністю розвитку і є поза конкуренцією щодо затрат кормів та праці на одиницю продукції. У м'ясному балансі України м'ясо птиці займає значну питому вагу (майже 44,9%). Збільшення поголів'я птиці на сільськогосподарських підприємствах зумовлено недостатньою пропозицією інших видів м'яса – яловичини та свинини і розширенням виробництва за рахунок інвестування в галузь значних коштів приватного капіталу.*

*Україна займає нині 9-те місце з виробництва м'яса птиці й експортує цю продукцію майже в 30 країн світу – країни СНД, Іран, Сирія, Лівія, Саудівська Аравія та інші.*

*За розрахунковими даними, упродовж 2016–2018 років прогнозний фонд споживання курячого м'яса населенням України (за незмінного рівня споживання 23,3 кг/особу на рік упродовж цього періоду) з імовірністю 0,98 може зменшитися, порівняно з 2015 р., на 110 тис. т або на 10,7% через прогнозне зниження кількості населення країни протягом цього періоду на 520 тис. осіб або на 1,2%. Прогнозні обсяги виробництва курячого м'яса упродовж 2016–2018 років з імовірністю 0,99 можуть зменшитися на 10 тис. т або на 0,9%.*

*Встановлено, що упродовж 2016–2018 років загальний прогнозний попит на яйце сільськогосподарської птиці в Україні може зменшитися з 16,99 млрд шт. у 2015 р. (за власного виробництва – 16,92 млрд шт.) до 14,26 млрд шт. у 2018 р. (за власного виробництва – 14,22 млрд шт.) або на 2,73 млрд шт. (на 16,1%) через імовірне подальше зниження купівельної спроможності українців. Згідно з прогнозами аналітиків Асоціації «Союзу птахівників України», імовірне зниження фактичного споживання курячих яєць до 230 шт. у 2018 р. проти фактичних 258 шт. на душу населення у 2015 р.*

*Враховуючи можливість швидкого насичення внутрішнього ринку, завдяки розвитку потужних птахівничих підприємств, в основі розвитку ринку м'яса птиці має бути експортно-орієнтована стратегія, що забезпечить збалансування попиту й пропозиції на внутрішньому ринку за рахунок експорту до освоєних і нових світових ринків. Задля реалізації цієї стратегії, необхідно створити умови для регулювання обігу продовольства з урахуванням вимог світового ринку. Становлення та ефективне функціонування ринку продукції птахівництва повинно будуватися за схемою, яка передбачає взаємозв'язок вітчизняних товаровиробників, переробних підприємств, споживачів та експортно-імпортні операції.*

**Ключові слова:** маркетингові дослідження, прогнозування, ринок продукції птахівництва, галузь птахівництва, м'ясо птиці, курячі яйця, виробництво та споживання продукції птахівництва, птахівничі підприємства

**Актуальність.** У м'ясному балансі України м'ясо птиці займає значне місце (майже 44,9 %). Незважаючи на різке зменшення поголів'я птиці протягом 1990–2000 років, галузь птахівництва в Україні відновлено. Починаючи з 2000 р., завдяки реорганізації в структурі галузі, ця тенденція докорінно змінилася. Збільшення поголів'я птиці на сільськогосподарських підприємствах зумовлене недостатньою пропозицією інших видів м'яса – яловичини та свинини і розширенням виробництва за рахунок інвестування в галузь значних коштів приватного капіталу. Завдяки технічному переоснащенню підприємств, підвищенню продуктивності птиці, удосконаленню ветеринарного забезпечення, великі птахофабрики змогли суттєво збільшити поголів'я птиці [1].

Успішне функціонування птахівничого підприємства неможливе без належного інформаційного забезпечення. Для прийняття обґрунтованих маркетингових рішень необхідна повна, актуальна й достовірна інформація, яку можна отримати на основі комплексного вивчення маркетингового середовища.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Дослідження проблем розвитку галузі птахівництва та конкурентного середовища на ринку м'яса птиці знайшли відповідне відображення в наукових працях відомих учених-економістів В. П. Бородая, О. М. Бевза, В. І. Бойка, М. П. Вітковського, Ю. Я. Гапусенко, М. М. Ільчука, І. А. Іонова, Г. М. Колесникова, К. І. Карюкіна, О. Ф. Кирилюк, В. П. Коваленка, В. А. Лук'янова, О. О. Лук'яненко, Б. А. Мельника, Л. В. Порубанської, Ю. О. Рябоконея, П. М. Слюсара, Н. В. Сеперович, А. І. Свеженцова, Т. М. Стукача, В. І. Топіхи, В. І. Фісініна, А. В. Шоміна, М. Ф. Шкляр, О. М. Шпичака, Ф. О. Ярошенко та інших вчених.

Проте, питання дослідження та прогнозування кон'юнктури ринку продукції птахівництва в Україні потребує ґрунтовного дослідження.

**Мета дослідження** – визначення факторів, які впливають на формування кон'юнктури ринку, дослідження кон'юнктури ринку та розроблення прогнозу кон'юнктури ринку продукції птахівництва України.

**Матеріали і методи дослідження.** Під час написання даної статті було використано такі методи дослідження: теоретичного узагальнення, економіко-математичні методи, табличний, графічний і діаграмний прийоми, методи порівняльного аналізу, соціологічні та статистичні методи, методи спостереження, системний підхід, метод сценаріїв та імітаційного моделювання.

**Результати дослідження та їх обговорення.** Як свідчать дані Держаної служби статистики України, наша країна значною мірою залежить від імпорту м'яса та м'ясопродуктів (у першу чергу, яловичини та свинини). У 2007–2015 роках рівень самозабезпеченості потреб населення України власною продукцією тваринництва – яловичиною та свининою, у ці роки не перевищував 89% [2]. Але при цьому, за даними експертів Міністерства аграрної політики та продовольства України, вітчизняні виробники м'яса птиці останні три роки повністю забезпечували потребу населення країни цією продукцією власного виробництва [3].

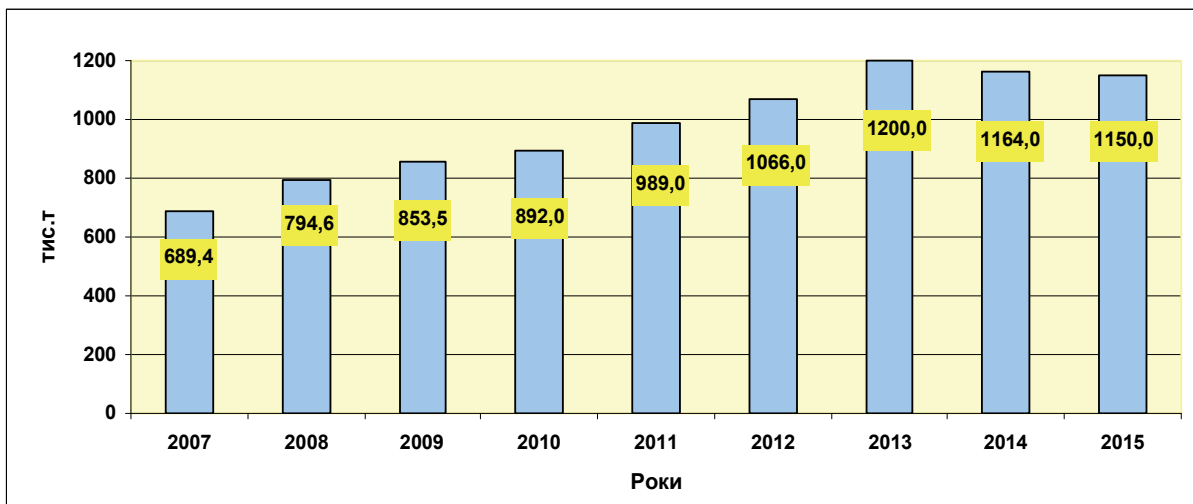
Такому становищу справ на внутрішньому ринку продукції птахівництва сприяло динамічне зростання поголів'я птиці всіх видів, нарощування обсягів виробництва, збільшення внутрішнього попиту та експорту продукції.

Якщо на початку 2011 р. в усіх категоріях господарств України налічувалося 203,8 млн голів птиці, то вже в 2015 р. її кількість зросла до 213,3 млн голів, або на 9,5 млн голів (4,7%).

За даними маркетингових досліджень ринку птахівництва України та на основі даних Державної служби статистики України встановлено, що в 2014–2015 роках 57,7% (у 2015 р. – 57,4%) поголів'я птиці було зосереджено на сільськогосподарських підприємствах, у господарствах населення – 42,3% в 2014 році та 42,6% в 2015 р. До речі, частка птиці на сільськогосподарських підприємствах в 2001 р. становила лише 20,5% [2].

За даними Державної служби статистики України, обсяги виробництва м'яса птиці всіх видів у 2007–2015 роках постійно зростали. У 2013 р. всі категорії господарств виробили 1200 тис. т м'яса птиці (у забійній вазі) проти 892 тис. т у 2010 р., але в 2014 р., під впливом цілого ряду політичних та економічних факторів, воно зменшилося до 1164,7 тис. т. У 2015 р. виробництво м'яса птиці всіх видів становило 1150 тис. т (у забійній вазі), що на 14 тис. т менше, ніж у 2014 р. (рис. 1).

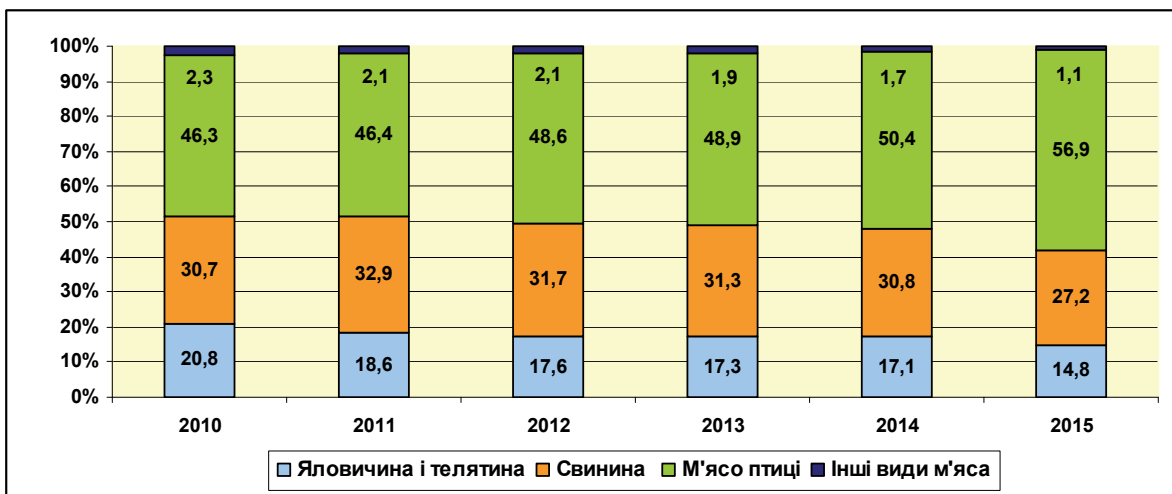
Значне зростання пропозиції м'яса птиці всіх видів на вітчизняному ринку птахівництва у 2007–2015 роках стало можливим передусім за рахунок будівництва в Україні в ці роки сучасних високотехнологічних птахофабрик і комплексів, які забезпечені технікою та обладнанням як провідних світових, так і вітчизняних виробників.



**Рис. 1. Динаміка виробництва м'яса птиці в господарствах усіх категорій України у 2011–2015 роках, тис. т\***

\*Джерело: розраховано автором на основі [2].

Питома вага м'яса птиці у структурі виробництва всіх його видів підвищилася з 46,3% до 49,4% у 2013 р. та до 56,9% у 2015 р. (рис. 2).



**Рис. 2. Динаміка структури виробництва м'яса в Україні у відсотках\***

\*Джерело: розраховано автором на основі [2, 4].

Станом на кінець 2015 р., основну пропозицію м'яса птиці на вітчизняному ринку продукції птахівництва формували такі найбільші в Україні виробники м'яса птиці, як ПАТ «Миронівський хлібопродукт» (49,8%), ТОВ «Комплекс Агромарс» (14,3%), агропромислова корпорація «Дніпропетровська» (7,5%), агропромислова корпорація «Агро-Овен» (6%) та Володимир-Волинська птахофабрика (3,3%) та інші виробники (19,1%).

Основні канали реалізації м'яса птиці виробниками: на ринку через власну франчайзингову мережу; супермаркетам; бізнесовим

структурам, які займаються оптовою та роздрібною торгівлею м'ясом птиці; промисловим виробникам та компаніям харчової промисловості; інші канали збуту (табл. 1).

До 2014 р. можна спостерігати зростання реалізації м'яса птиці через супермаркети та інші бізнесові структури, які займаються оптовою та роздрібною торгівлею м'ясом птиці, й незначне зменшення реалізації через власну торгівельну мережу.

### 1. Динаміка структури продажів м'яса птиці по каналах реалізації великотоварними підприємствами у 2012–2015 роках\*

Канал реалізації	Частка каналу реалізації в загальному обсязі продажів, %				Відхилення 2015 р. до 2012 р.
	2012 р.	2013 р.	2014 р.	2015 р.	
На ринку через власну франчайзингову мережу	57	55	63	61	4
Супермаркети	31	33	24	22	-9
Бізнесові структури	5	4	3	3	-2
Промислові виробники	5	5	6	8	3
Харчова промисловість	2	3	4	6	4
Усього	100	100	100	100	-

\*Джерело: розраховано автором на основі [2].

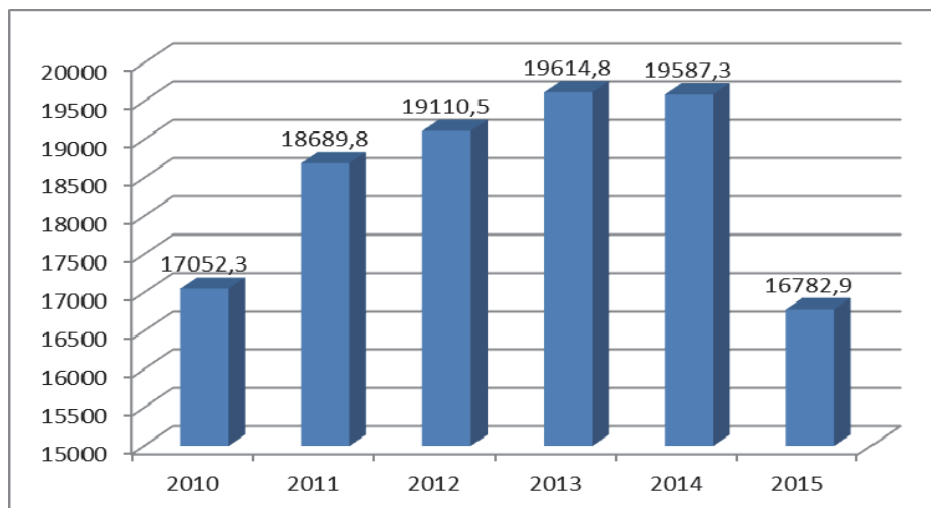
У 2014–2015 роках, через різке значне зниження купівельної спроможності населення країни, супермаркети здебільшого відмовлялися брати від виробників їхню продукцію в обсягах 2012–2013 років. Тому в останні два роки значно зросла роль місцевих ринків (франчайзингова мережа) та обсяги продажів через власні магазини (на 8% у 2014 р. та на 6% у 2015 р. проти 2013 р.).

Отже, у 2014–2015 роках на ринку м'яса птиці склалася така ситуація, що внутрішній ринок вже не представляє великої зацікавленості для виробників. Через низьку купівельну спроможність українці вже не можуть купувати значні обсяги м'яса птиці, як у минулі роки, що значно знижує доходи виробників. Саме тому в 2014–2015 роках можна спостерігати зростання експорту м'яса птиці на зовнішні ринки.

Так, за даними Державної служби статистики з України, на зовнішні ринки у 2015 р. було поставлено 165 тис. т м'яса птиці [2]. На думку аналітиків Асоціації «Союз птахівників України», у 2016 р. експорт м'яса птиці становитиме 190 тис. т, а великі виробники м'яса птиці будуть і надалі посилювати свою експортоорієнтованість, збільшуючи обсяги поставок за кордон, розширюючи географію та обсяги продажів [4].

Другим, не менш важливим продуктом птахівництва, що формує стійку пропозицію на вітчизняному ринку продукції птахівництва вже протягом десяти останніх років, є виробництво яєць. За даними експертів Міністерства аграрної політики та продовольства України, вітчизняні виробники впродовж останніх років повністю забезпечували потребу споживачів у яйцях курячих харчових [3].

Так, за даними Державної служби статистики України, лише за період 2010–2014 років виробництво яєць в Україні зросло на 15,2%, і досягло 19,6 млрд шт. у 2014 р., що цілком задовольняло науково обґрунтовані потреби споживання населенням цього вкрай важливого харчового продукту (рис. 3).



**Рис. 3. Динаміка виробництва яєць від птиці всіх видів в Україні у 2010–2015 роках, млн. шт.\***

*\*Джерело: розраховано автором на основі [2].*

Станом на кінець 2015 р., основну пропозицію яєць курячих харчових на вітчизняному ринку продукції птахівництва формували такі найбільші в Україні виробники цієї продукції, як ГК «Авангард» (56,1%), ГК «Овостар Юніон» (8,7%), ТОВ «Інтер-Запоріжжя» (8,1%), ТОВ «Авіас-2000» (1,4%), АК «Крупець» (1,1%), ТОВ «Птахофабрика «Поділля» (1,1%) та ПАТ «Птахофабрика «Тернопільська» (1,1%) та інші виробники (22,4%).

Основними каналами реалізації для виробників яєць курячих харчових до 2013 р. були: на ринку через власну франчайзингову мережу (27%), супермаркети (31%) та переробні підприємства (20%). У 2014–2015 роках виробники були змушені провести перерозподіл товарної маси між різними каналами реалізації. Обсяги збуту яєць курячих харчових через супермаркети зменшилися у 2015 р. до 12%, продаж через власні магазини у 2015 р. збільшився на 4% порівняно з 2013 р.

З метою визначення попиту на загальному внутрішньому ринку продукції птахівництва, за останні п'ять років ми провели розрахунок динаміки місткості такого ринку за цей період (табл. 2).

Критичний аналіз статистичної інформації стосовно формування попиту та пропозиції на ринку продукції птахівництва в Україні за період 2011–2015 років дає нам змогу розробити власний прогноз лише на короткострокову перспективу – до 2018 року.

## 2. Динаміка місткості внутрішнього ринку продукції птахівництва у 2010–2015 роках\*

Показник	Роки						Відхилення 2015 р. від 2010 р.	
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	+/-	%
Споживання м'яса птиці в розрахунку на душу населення, кг/особу на рік	21,6	23,2	23,7	25,3	25,1	23,3	1,7	7,9
Раціональна норма споживання яєць, шт/особу на рік	290	290	290	290	290	290	-	-
Фактичне споживання яєць, шт/особу на рік	291	327	304	319	314	258	-33	-11,3
Кількість населення України, млн. осіб <sup>1</sup>	45,78	45,59	45,45	45,35	42,77	42,61	-3,17	-6,9
Місткість внутрішнього ринку м'яса птиці, тис. т	988,9	1057,8	1077,2	1147,5	1073,6	992,6	3,7	0,4
Середня ціна 1 кг м'яса курки (тушки) <sup>2</sup> , грн.	12,6	18,4	21,2	21,8	29,8	36	23,4	185,7
Місткість внутрішнього ринку курячого м'яса, млрд. грн.	12,46	19,46	22,84	25,02	31,99	35,74	23,28	186,8
Місткість внутрішнього ринку яйця за раціональною нормою споживання, млрд. шт.	13,28	13,22	13,18	13,15	12,40	12,36	-0,92	-6,9
Фактична місткість внутрішнього ринку яйця, млрд. шт.	13,33	14,95	13,86	14,51	13,47	11,01	-2,32	-17,4
Середня ціна яєць курячих <sup>2</sup> , грн/тис. шт.	520	550	660	720	890	1370	850	163,5
Місткість внутрішнього ринку яйця за раціональною нормою споживання, млрд. грн.	6,90	7,27	8,70	9,47	11,04	16,93	10,02	145,2
Фактична місткість внутрішнього ринку яйця, млрд. грн.	6,93	8,22	9,15	10,45	11,99	15,08	8,15	117,6

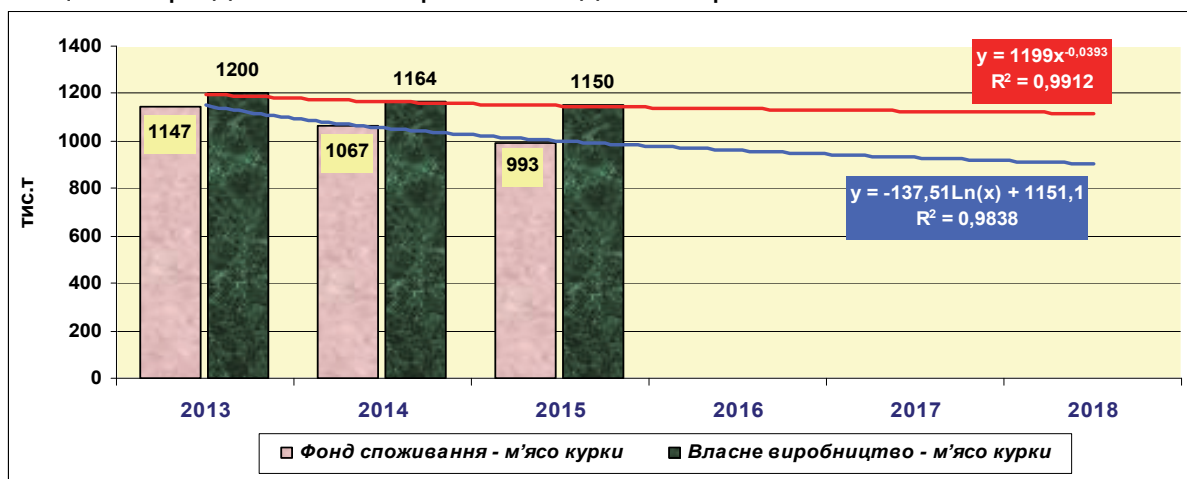
<sup>1</sup> Дані наведено без урахування зони проведення АТО та тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим та м. Севастополя.

<sup>2</sup> Ціни реалізації на оптовому ринку сільськогосподарської продукції «Столичний» (м. Київ).

\* Джерело: розраховано автором на основі [2, 7, 8].

Отже, за нашими розрахунками, прогнозована пропозиція вітчизняних виробників на загальному ринку продукції птахівництва в Україні впродовж 2016–2018 років буде поступово зменшуватися, в основному за рахунок зниження власного виробництва яєць сільськогосподарської птиці, при цьому власне виробництво курячого м'яса залишиться практично на рівні 2015 року. Загальний обсяг імпоротної продукції птахівництва залишиться на рівні 2015 року.

Для підтвердження цього висновку, використовуючи метод екстраполяції тренду за допомогою рядів динаміки, спрогнозуємо динаміку наступних змін показників, що визначають прогнозний попит та пропозицію на ринку продукції птахівництва в Україні, на період 2016–2018 років фонд споживання м'яса та яйця сільськогосподарської птиці; обсяги власного виробництва м'яса та яйця сільськогосподарської птиці; обсяги експорту та імпорту м'яса та яйця сільськогосподарської птиці. Так, прогнозу динаміку зміни фонду споживання м'яса сільськогосподарської птиці за період 2016–2018 років наведено на рис. 4.



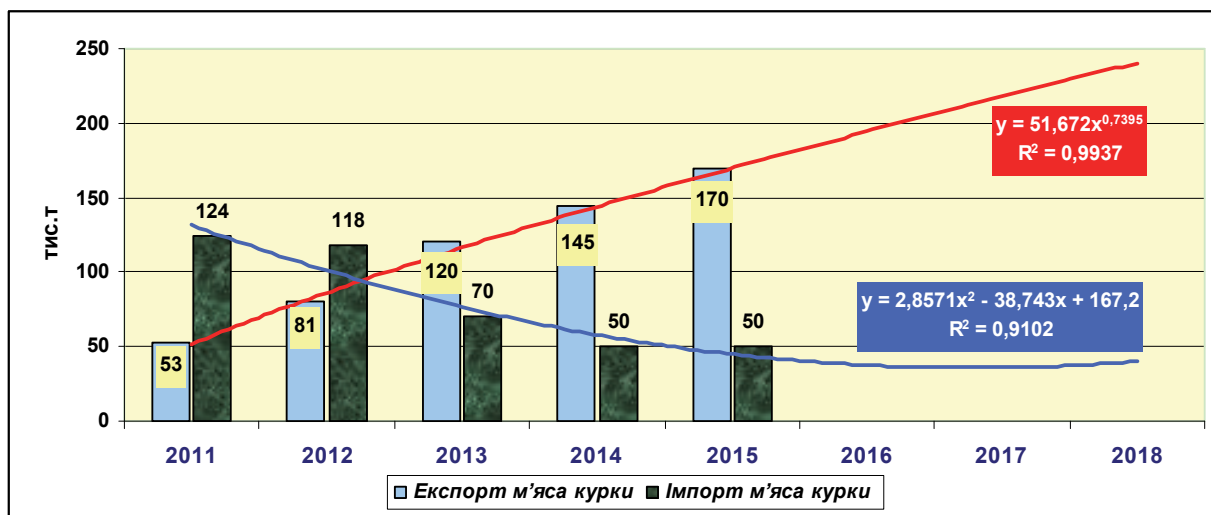
**Рис. 4. Динаміка розмірів фонду споживання та обсягів виробництва м'яса сільськогосподарської птиці в Україні за період 2013–2018 років (2016–2018 роки – прогноз), тис. т\***

\*Джерело: побудовано автором на основі власних розрахунків.

За даними розрахунків, упродовж 2016-2018 рр. прогнозний фонд споживання курячого м'яса населенням країни (при незмінному рівні споживання 23,3 кг/особу на рік протягом цього періоду) з імовірністю 0,98 може зменшитися, порівняно з 2015 р., на 110 тис. т або на 10,7% через прогнозне зниження кількості населення країни протягом цього періоду на 520 тис. чол. або на 1,2%. Обсяги виробництва курячого м'яса в Україні з імовірністю 0,99 можуть зменшитися на 10 тис. т або на 0,9%.

Прогнозну динаміку зміни обсягів експорту та імпорту курячого м'яса за період 2016–2018 років, наведено на рис. 5.





**Рис. 5. Динаміка обсягів експорту та імпорту курячого м'яса за період 2011–2018 років (2016–2018 роки – прогноз), тис. т\***

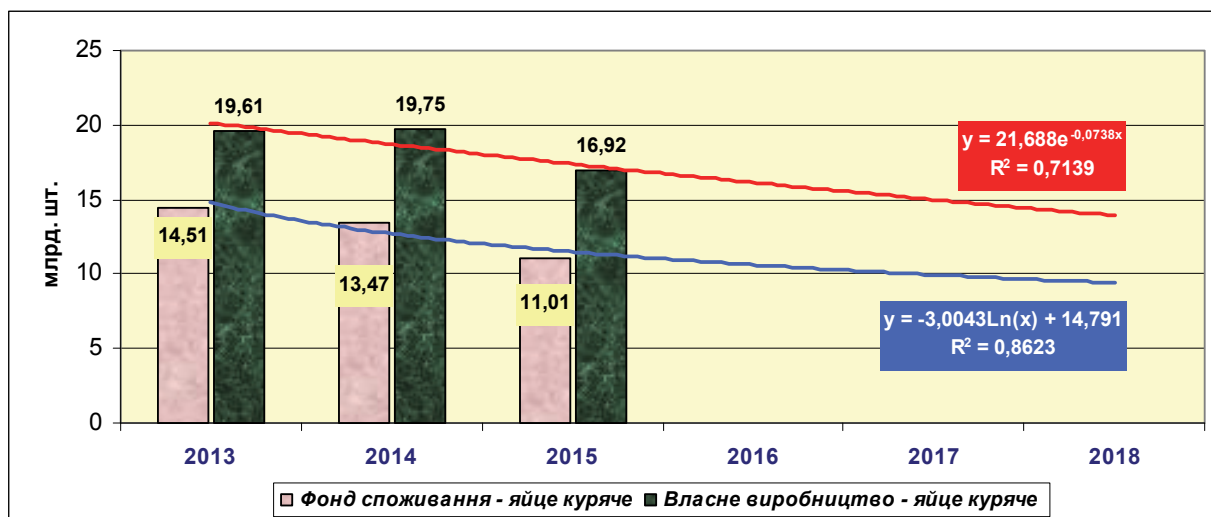
\*Джерело: побудовано автором на основі власних розрахунків.

За даними розрахунків, упродовж 2016–2018 років з імовірністю 0,99 можна спостерігати зростання експорту курячого м'яса, в основному до країн Азії, Африки та Китаю. З тієї причини, щодо країн ЄС, куряче м'ясо вітчизняного виробництва через квотування продукції (всього 36 тис. тонн на рік, лише у вигляді білого м'яса та грудинки) може постачатися у обмеженій кількості, вітчизняним виробникам доведеться самостійно шукати нові ринки збуту в Азії та Африці. У 2018 р. прогнозний обсяг експорту м'яса птиці на зовнішній ринок може становити близько 270 тис. т, що на 98 тис. т (на 57,6%) більше, ніж було експортовано вітчизняними птахівничими підприємствами на зовнішній ринок у 2015 р.

Щодо імпорту такої продукції птахівництва, то з імовірністю 0,91 можна очікувати його зниження або, більш імовірно, його «заморожування» на рівні дещо меншому, ніж обсяг такого імпорту в 2015 р. (45–47 тис. т на рік).

Встановлено, що впродовж 2016–2018 років з імовірністю 0,86, можливе зменшення фонду споживання населенням країни яєць сільськогосподарської птиці на 21,6% або на 2,51 млрд шт. (рис. 6). Причиною такої динаміки може бути зменшення кількості населення країни з 42,61 млн осіб у 2015 р. до 42,09 млн осіб у 2018 р. (на 1,2%). Також потрібно відзначити, що в наших розрахунках не бралася до уваги дія такого фактора, як зниження купівельної спроможності населення.

Щодо прогнозного обсягу власного виробництва яєць, то через зменшення попиту на цю продукцію на внутрішньому ринку, втрати ринків збуту (ринки країн Митного союзу), відсутності атестації вітчизняних птахівничих підприємств для отримання дозволу на експорт яєць категорії «А» до країн ЄС та з інших причин, які ми встановили, у 2016–2018 роках з імовірністю 0,71 можна буде спостерігати поступове зменшення виробництва цього продукту харчування з 16,92 млрд шт. у 2015 р. до 14,22 млрд шт. яєць у 2018 р. (на 2,7 млрд шт. або на 16%).



**Рис. 6. Динаміка розмірів фонду споживання та обсягів власного виробництва яйця сільськогосподарської птиці в Україні за період 2013–2018 років (2016–2018 роки – прогноз), млрд. шт.\***

\*Джерело: побудовано автором на основі власних розрахунків.

**Висновки і перспективи.** Отже, проведений нами аналіз прогнозованої кон'юнктури ринку продукції птахівництва в Україні на короткострокову перспективу (до 2018 р.) свідчить, що формування попиту та пропозиції продукції птахівництва на цьому ринку буде формуватися під впливом тих негативних факторів, які викликали виникнення економічної кризи в країні в 2014 р.. Наскільки швидко економіка країни зможе вийти з кризового стану, настільки швидко ця галузь АПК, яка є на сьогодні чи не єдиною в країні галуззю економіки України, що ще має резерви для свого подальшого розвитку, зможе повернути втрачені за два з половиною роки позиції на внутрішньому та зовнішньому ринках продукції птахівництва.

Враховуючи можливість швидкого насичення внутрішнього ринку завдяки розвитку потужних птахівничих підприємств, в основі розвитку ринку м'яса птиці має бути експортно орієнтована стратегія, що забезпечить збалансування попиту й пропозиції на внутрішньому ринку за рахунок експорту до освоєних і нових світових ринків. З метою реалізації цієї стратегії необхідно створити умови для регулювання обігу продовольства з урахуванням вимог світового ринку. Становлення та ефективне функціонування ринку м'яса птиці повинно будуватися за схемою, яка передбачає взаємозв'язок вітчизняних товаровиробників, переробних підприємств, споживачів та експортно-імпорتنі операції.

Отже, проблема дослідження та прогнозування кон'юнктури ринку продукції птахівництва України потребує подальшого ґрунтовного вивчення.

#### Список літератури

1. Буряк Р. І. Управління якістю продукції птахівництва : монографія / Р. І. Буряк. – К. : ТОВ «Аграр Медіа Груп», 2011. – 230 с.

2. Офіційний портал Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua/>
3. Офіційний портал Міністерства аграрної політики та продовольства України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://minagro.gov.ua/>
4. Офіційний портал Союзу птахівників України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.poultryukraine.com/ru/poultry/news/>
5. Офіційний портал ТОВ «Комплекс Агромарс» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.agromars.com.ua>
6. Офіційний портал ТОВ «Аграрний Холдинг Авангард» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://agrarniy-holding-avangard.business-guide.com.ua/>
7. Офіційний портал Державної інспекції України з контролю за цінами [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://dci.gov.ua/news/monitoring/>
8. Офіційний портал оптового ринку сільськогосподарської продукції «Столичний» / м. Київ [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.kyivopt.com/ua/ciny/cini1>

### **References**

1. Buriak, R. I. (2011). Upravlinnya yakistiu produktsiyi ptakhivnytstva: monohrafiya [Quality management of poultry products: monograph] / R. I. Buriak. – К.: TOV «Ahrar Media Hrup», 230.
2. Ofitsiyniy portal Derzhavnoyi sluzhby statystyky Ukrayiny [The official website of the State Statistics Service of Ukraine]: [Electronic resource]. – Access: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
3. Ofitsiyniy portal Ministerstva ahrarnoyi polityky ta prodovolstva Ukrayiny [The official website of the Ministry of Agrarian Policy and Food of Ukraine]: [Electronic resource]. – Access: <http://minagro.gov.ua/>
4. Ofitsiyniy portal Soyuzu ptakhivnykiv Ukrayiny [The official website of the Association «Union of Poultry Breeders of Ukraine»]: [Electronic resource]. – Access: <http://www.poultryukraine.com/ru/poultry/news/>
5. Ofitsiyniy portal TOV «Kompleks Ahromars» [The official website of the LLC «Complex Agromars»]: [Electronic resource]. – Access: <http://www.agromars.com.ua>.
6. Ofitsiyniy portal TOV «Ahrarnyi Kholdynh Avanhard» [The official website of the Agrarian Holding «Avanhard»]: [Electronic resource]. – Access: <http://agrarniy-holding-avangard.business-guide.com.ua/>
7. Ofitsiyniy portal Derzhavnoyi inspektsii Ukrainy z kontroliu za tsinamy [The official website of the State Inspection on Price Control of Ukraine]: [Electronic resource]. – Access: <http://dci.gov.ua/news/monitoring/>
8. Ofitsiyniy portal optovoho rynku silskohospodarskoyi produktsiyi «Stolychniy» [The official website of the The wholesale market for agricultural products «Stolychniy»] / м. Kyiv: [Electronic resource]. – Access: <http://www.kyivopt.com/ua/ciny/>

## **ИССЛЕДОВАНИЕ И ПРОГНОЗИРОВАНИЕ КОНЪЮНКТУРЫ РЫНКА ПРОДУКЦИИ ПТИЦЕВОДСТВА УКРАИНЫ**

**Р. И. Буряк**

*Успешное функционирование птицеводческого предприятия невозможно без надлежащего информационного обеспечения. Для принятия обоснованных маркетинговых решений необходима полная,*

актуальная и достоверная информация, которую можно получить на основе комплексного изучения маркетинговой среды.

Птицеводство является отраслью, которая отличается чрезвычайно высокой динамичностью развития и вне конкуренции по затратам кормов и труда на единицу продукции. В мясном балансе Украины мясо птицы занимает значительный удельный вес (почти 44,9%). Увеличение поголовья птицы на сельскохозяйственных предприятиях обусловлено недостаточным предложением других видов мяса – говядины и свинины, а также расширением производства за счет инвестирования в отрасль значительных средств частного капитала.

Украина сейчас занимает 9-е место по производству мяса птицы и экспортирует эту продукцию в 30 стран мира – страны СНГ, Иран, Сирию, Ливию, Саудовскую Аравию и другие.

По расчетным данным, в течение 2016–2018 годов прогнозный фонд потребления куриного мяса населением Украины (при неизменном уровне потребления 23,3 кг / чел. в год, в течение этого периода) с вероятностью 0,98 может уменьшиться по сравнению с 2015 г. на 110 тыс. т или на 10,7% по причине прогнозного снижения численности населения страны в этот период на 520 тыс. чел. или на 1,2%. Прогнозные объемы производства куриного мяса в течение 2016–2018 годов с вероятностью 0,99 могут уменьшиться на 10 тыс. т или на 0,9%.

Установлено, что в течение 2016–2018 годов общий прогнозный спрос на яйцо птицы в Украине может уменьшиться с 16,99 млрд шт. в 2015 г. (при собственном производстве – 16,92 млрд шт.) до 14,26 млрд шт. в 2018 г. (при собственном производстве – 14,22 млрд шт.) или на 2,73 млрд шт. (на 16,1%) по причине вероятного дальнейшего снижения покупательной способности украинцев. Согласно прогнозам аналитиков Ассоциации «Союза птицеводов Украины» вероятно снижение фактического потребления куриных яиц до 230 шт. в 2018 г. против фактических 258 шт. на душу населения в 2015 г.

Учитывая возможность быстрого насыщения внутреннего рынка благодаря развитию мощных птицеводческих предприятий, в основе развития рынка мяса птицы должна быть экспортно-ориентированная стратегия, которая обеспечит сбалансирование спроса и предложения на внутреннем рынке за счет экспорта на освоенные и новые мировые рынки. С целью реализации этой стратегии, необходимо создать условия для регулирования оборота продовольствия с учетом требований мирового рынка. Становление и эффективное функционирование рынка продукции птицеводства должно строиться по схеме, предусматривающей взаимосвязь отечественных товаропроизводителей, перерабатывающих предприятий, потребителей и экспортно-импортные операции.

**Ключевые слова:** маркетинговые исследования, прогнозирование, рынок продукции птицеводства, отрасль птицеводства, мясо птицы, куриные яйца, производство и потребление продукции птицеводства, птицеводческие предприятия

## RESEARCH AND FORECASTING OF CONDITIONS OF UKRAINE POULTRY PRODUCTS MARKET

R. I. Buriak

**Abstract.** *The successful functioning of the poultry enterprise is impossible without adequate information support. In order to make informed marketing decisions the information needs to be complete, relevant and reliable – obtained on the basis of a comprehensive study of the marketing environment.*

*Poultry farming is an industry that is characterized by extremely high dynamics of development and it is unrivaled in cost of feed and labor per unit of output. In meat poultry balance of Ukraine it occupies a significant share (about 44.9%). The increase in poultry farms due to insufficient supply of other types of meat – beef and pork, as well as the expansion of production at the expense of investment in the industry substantial funds of private capital.*

*Ukraine is now the ninth among the largest producer of poultry meat and exported these products to 30 countries – CIS, Iran, Syria, Libya, Saudi Arabia and others.*

*According to the calculations, during the 2016–2018 the forecasting fund of consumption of poultry by Ukrainian population (at a constant level of consumption of 23.3 kg / person per year during this period) with a probability of 0.98 can be reduced in comparison with 2015 by 110 thousand tons or by 10.7% due to the forecast decrease in population of the country in this period by 520 thousand people or 1.2%. Projected production volumes of chicken meat during the 2016–2018 with a probability of 0.99 can be reduced by 10 thousand tons or by 0.9%.*

*It was found that during 2016–2018 the total projected demand for poultry eggs may be reduced to 16.99 billion pieces in Ukraine in 2015 (according to its own production – 16,920,000,000 pieces) to 14.26 billion pieces in 2018 (according to its own production – 14.22 billion pieces), or 2.73 billion units. (16.1%) due to a possible further decline in the purchasing ability of the Ukrainians. According to analysts of the Association «Union of Poultry Breeders of Ukraine» will probably decrease the actual consumption of eggs up to 230 pieces in 2018 against actual 258 pieces per capita in 2015.*

*Considering the potential for rapid saturation of the domestic market due to the development of powerful poultry farms, at the heart of poultry market development should be export-oriented strategy, which is to balance supply and demand in the domestic market due to export into developed and new global markets. In order to implement this strategy, it is necessary to create conditions for the regulation of food, taking into account the turnover of the global market requirements. Establishment and effective functioning of the poultry products market must be based on the scheme, which provides for interconnection of domestic producers, processors, consumers and export-import operations.*

**Keywords:** *market research, forecasting, market poultry products, poultry industry, poultry, eggs, producing and consumption of poultry products, poultry enterprises*