

Л.О. Ломовських, канд. екон. наук, доцент

Харківський національний аграрний університет ім. В.В. Докучаєва

МАРКЕТИНГОВИЙ АНАЛІЗ РИНКУ М'ЯСА В УКРАЇНІ

У статті визначено сутність маркетингового аналізу, проведено маркетинговий аналіз ринку м'яса в Україні, виявлено проблеми та перспективи розвитку даного ринку.

Ключові слова: маркетинговий аналіз, ринок м'яса, виробництво, реалізація, споживання, споживчі ціни.

Постановка проблеми. Сьогодні в Україні в умовах розвитку ринку і зростання активності конкуренції все більшої уваги набирає потреба маркетингового аналізу як первинної, так і вторинної інформації. Маркетинговий аналіз дозволяє розробити проекти розвитку як окремого продукту підприємства, так і підприємства у цілому, а також з'ясувати перспективи розвитку окремих продуктів, що є необхідною умовою для успішного функціонування ринку.

Маркетинговий аналіз – це збір інформації про діяльність підприємства, вивчення її по декількох основних напрямках (товар, ціна, покупці, просування) і використання отриманих результатів для вибору напрямів розвитку бізнесу в цілому і його окремих складових [1].

Необхідність проведення маркетингового аналізу ринку м'яса викликана зростанням цін на даному ринку. Зростання споживчих цін – це актуальна проблема, яка потребує постійної уваги, а показники обсягів споживання цінних продуктів харчування, до яких належить м'ясо, були й залишаються важливим індикатором рівня життя населення країни оскільки, як зазначили І.В. Сирохман, Т.М. Раситюк, м'ясо та м'ясні продукти належать до найважливіших продуктів харчування. Харчова цінність м'яса визначається його хімічним складом, енергетичною цінністю, смаковими властивостями і рівнем засвоюваності. За сучасною науковою оцінкою, м'ясо – це функціональний продукт харчування, що забезпечує «здорове харчування» і працездатність людей [2].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми маркетингового аналізу досліджували такі вчені, як В. В. Липчук [3], Д.М. Тищенко [4] та ін. Функціонування та розвиток національного

ринку м'яса є об'єктом особливої уваги як з боку уряду, так і з боку представників наукового середовища. Зокрема, цій темі присвятили свої праці такі вчені, як П. С. Березівський [5], Р.П. Мудрак, Б.Б. Музика [6], М.М. Одінцов [7] та ін. Разом з тим, оперативний моніторинг кон'юнктури національного ринку м'яса вказує на існування низки невирішених проблем.

Формулювання цілей статті. Ціллю статті є проведення маркетингового аналізу ринку м'яса в Україні з метою виявлення проблем та перспектив розвитку даного ринку.

Виклад основного матеріалу досліджень. За даними Держстату України [8], індекс сільськогосподарського виробництва за 1 квартал 2015 р. впав майже на 5 % в порівнянні з минулим роком. А у минулому році за 1 квартал індекс сільськогосподарського виробництва зріс майже на 6 %. У 2013 р. також спостерігалось зростання індексу виробництва сільськогосподарської продукції (більше ніж на 7 %). Щодо галузі тваринництва, то, згідно з офіційними даними Державної служби статистики України, у 2014 р. індекс обсягу виробництва продукції тваринництва порівняно з 2013 р. становив 102,0 %, у т.ч. у сільськогосподарських підприємствах – 104,6 %, у господарствах населення – 100,0 %. Господарствами всіх категорій реалізовано на забій 3,3 млн. т худоби та птиці (у живій вазі), що на 4,3 % більше порівняно з 2013 р., вироблено 11,2 млн. т молока (на 0,4 % більше) та 19,9 млрд. шт. яєць (на 4,3% більше). Частка господарств населення у загальному виробництві цих продуктів тваринництва у 2014 р. становила 41 %, 76 % та 36 % відповідно. На 1 січня 2015 р. поголів'я великої рогатої худоби становило 4,2 млн. голів (на 3,4 % менше, ніж на 1 січня 2014 р.), у т.ч. корів – 2,4 млн. (на 3,2 % менше), свиней – 7,6 млн. (на 1,9 % менше), овець і кіз – 1,5 млн. (на 1,8 % менше), птиці всіх видів – 218,4 млн. голів (на 1,0 % менше). Населенням утримувалось 69,0 % загальної чисельності великої рогатої худоби, у т.ч. корів – 77,5 %, свиней – 50,5 %, овець і кіз – 85,8 %, птиці всіх видів – 43,0 %.

За 1 квартал 2015 р. було направлено на переробку м'яса на 5,1 % менше ніж за аналогічний квартал минулого року.

Виробництво м'яса (у живій вазі) в Україні за січень-травень 2015р. склало 1318 тис. тонн, що на 3,3 % менше, ніж за аналогічний період попереднього року. Про це 11 червня повідомила Державна служба статистики України. Закупівельна ціна на м'ясо в середньому в 2015 р. в

порівнянні з 2014 р. зросла на 57 %. Але подорожчання кормів призвело до зменшення поголів'я птиці майже на 15 % і свиней - майже на 5 %.

Протягом 2012-2014 рр., а також протягом п'яти місяців 2015 р. обсяг вирощування свиней та птиці збільшувався щорічно. У 2014 р. приріст вирощування свиней становив 2 %, птиці – 5 %; по показнику вирощування великої рогатої худоби відбулося зменшення на 15 %.

Областями-лідерами з вирощування свиней у 2014 р. були Донецька (89,7 тис. т), Дніпропетровська (76,2 тис. т), Київська (71,7 тис. т), Полтавська (64,0 тис. т), Львівська (60,4 тис. т) та Івано-Франківська (55,1 тис. т), загальна питома частка яких складала майже половину усього виробленого обсягу м'яса свиней. Вирощування ВРХ було розподілено рівномірно за областями України, і на кожен з них припадало 6-7 %. Лідерами були Івано-Франківська (39,6 тис. т.), Харківська (37,7 тис. т), Львівська (36,7 тис. т), Полтавська (36,2 тис. т), Хмельницька (34,1 тис. т) області. Щодо вирощування птиці, то лідерами були Черкаська (353,5 тис. т, або 23 % усього обсягу птиці), Вінницька (297,8 тис. т, або 19 % усього обсягу птиці), Київська (214,4 тис. т, або 14 % усього обсягу птиці), Дніпропетровська (203,2 тис. т, або 13 % усього обсягу птиці) області.

Аналіз структури вирощування ВРХ і птиці за видами походження показав, що лівова частка припадає на сільськогосподарські підприємства – 62 % і на господарства населення – 32 %. У 2013 р. порівняно з попереднім роком відбулося незначне зниження ємності ринку м'яса – на 4 %. Але в 2014 р. приріст становив 10 % у порівнянні з 2013 р. Негативна динаміка досліджуваного ринку пов'язана зі зниженням реального валового доходу населення, отже, спостерігаються несприятливі зміни в структурі харчування населення України. Споживання м'яса та м'ясопродуктів в 2014 р. знизилося на 37 %.

Маркетинговий аналіз показав, що зменшення поголів'я свиней не вплинуло на обсяги виробництва даного виду продукції. Обсяги виробництва м'яса свинини збільшувалися протягом досліджуваного періоду. У 2014 р. приріст виробництва становив 5% порівняно з 2013 р. За 5 міс. 2015 р. було вироблено на 4,3 тис. т більше м'яса зі свинини, в порівнянні з аналогічним періодом попереднього року.

Дослідження виробництва готових продуктів з різних видів м'яса показав, що найбільша кількість готової продукції всього вітчизняного виробництва виготовляється з м'яса ВРХ та птиці.

Згідно з офіційними даними Державної служби статистики України, ціна на м'ясо показувала нестабільну динаміку протягом досліджуваного

періоду. Досліджуючи динаміку цін на м'ясо за 5 міс. 2015 р., можна спостерігати щомісячне зростання цін. За цей період середня ціна на м'ясо яловичини за 1 кг становила приблизно 77 грн, свинина коштувала 66 грн, а курятина – 34 грн.

Висновки. Ключовим стримуючим фактором є зниження купівельної спроможності населення. На ринок м'яса впливає розвиток тваринництва. Через відсутність налагодженої державної політики, великих інвестицій розвиток тваринництва відбувається не достатньо стрімко. Ґрунтуючись на поточних даних про стан ринку м'яса України, можна спрогнозувати, що до кінця 2015 р. збільшиться місткість ринку м'яса свинини, що обумовлено, насамперед, високим попитом на дану продукцію як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках. Створення умов для підвищення ефективності тваринництва, забезпечення населення високоякісними продуктами харчування, пошук шляхів виходу на зовнішній ринок – основні задачі, які стоять перед галуззю та наукою на сучасному етапі розвитку та потребують подальших досліджень і негайного вирішення.

Бібліографічний список: 1. Мошенський С.З. Економічний аналіз: підручник для студ. екон. спеціальн. вnz / За ред. Бутинця Ф.Ф. – Житомир: ПП “Рута”, 2007. – С. 317. 2. Сирохман І.В. Товарознавство м'яса та м'ясних товарів: підруч. для студ. вузів / І.В. Сирохман, Т.М. Раситюк; М-во освіти і науки України. – К.: ЦУЛ, 2004. – С. 23. 3. Липчук В.В. Маркетинговий аналіз: навч. посіб./ В.В. Липчук, І.Г. Яців, Б.М. Гошко, О.Й. Гошко. – К.: Академвидав, 2008. – 216 с. 4. Тищенко Д. Передові технології інтелектуального аналізу даних у маркетингу / Д. Тищенко // Маркетинг в Україні. – 2006. – № 4. – С. 52-54. 5. Березівський П.С. Відродження галузі скотарства у сільськогосподарських підприємствах Львівської області: оцінка, проблеми, прогнози / П.С. Березівський // Економіка АПК. – 2010. – № 2. – С. 15-20. 6. Мудрак Р.П. Споживання м'яса та м'ясопродуктів в Україні: сучасний стан і перспективи/ Р.П. Мудрак, Б.Б. Музика [Електронний ресурс] // Economic Annalis-XXI (2015), 3-4(2), 25-28 – Режим доступу: http://soskin.info/userfiles/file/2015/3-4_2_2015/Mudrak,%20Muzyka.pdf. 7. Одінцов М.М. Моделювання впливу механізму вільного ціноутворення на розвиток м'ясного ринку в умовах кризи / М.М. Одінцов // Економіка АПК. – 2010. – № 5. – С. 44-48. 8. Тваринництво України 2014 //

Статистичний збірник. – К. – Державна служба статистики України. – 2015. – 211 с.

Л.А. Ломовских. Маркетинговый анализ рынка мяса в Украине.

В статье определена сущность маркетингового анализа, проведен маркетинговый анализ рынка мяса в Украине, выявлены проблемы и перспективы развития данного рынка.

Ключевые слова: маркетинговый анализ, рынок мяса, производство, реализация, потребление, потребительские цены.

L. Lomovskikh. Marketing analysis of the meat market in Ukraine.

The article defines the essence of marketing analysis; conducted a market analysis of the meat market in Ukraine; identified problems and prospects of development of this market.

Market analysis - is gathering information on the activities of the company, the study of firms in several directions (product, price, buyers, promotion), the use the results to select the areas of business development.

Marketing analysis allows the development of projects of development of individual product enterprises, in general; find prospects for the development of individual markets.

Marketing analysis of meat should be carried out in connection with the rise in prices in this market. Growth in consumer prices - is an urgent problem that requires constant attention. Indicators of consumption volumes of food are an important indicator of the standard of living of the population.

A key constraint is the decline in the purchasing power of the population. Also on the meat processing market affects the development of animal husbandry. Livestock is developing fast enough, because there are no well-honed public policy major investments. Based on the current data on the state of the meat market of Ukraine, we can predict that by the end of 2015 will increase the capacity of the pork market. This is due, above all, the high demand for these products in the domestic market, and foreign.

Key words: marketing analysis, meat market, production, sales, consumption, consumer prices.