

них порушень у стані здоров'я, пов'язаних з нездоровим харчуванням, підвищенню рівня гігієнічних знань та розширенню можливостей для здорового вибору, скороченню поширеності аліментарно залежної патології серед населення, збереженню і зміцненню здоров'я нації.

Список літератури

1. Москаленко, В. Ф. Особливості харчування населення України та їх вплив на здоров'я [Текст] / В. Ф. Москаленко, Т. С. Грузева, Л. І. Галієнко // Науковий вісник національного медичного університету ім. О. О. Богомольця. – 2009. – № 3. – С. 64–73.

2. Статистична інформація щодо споживання продуктів харчування населенням України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <<http://www.ukrstat.gov.ua> >

Отримано 31.03.2010. ХДУХТ, Харків.

© Л.М. Яцун, С.М. Шевердіна, 2010.

УДК 380.8.65

Т.М. Парцирна, канд. екон. наук, доц.

О.В. Жегус, канд. екон. наук, доц.

ДОСЛІДЖЕННЯ СТАНУ Й ОСОБЛИВОСТЕЙ РОЗВИТКУ РИНКУ М'ЯСА ТА М'ЯСОПРОДУКТІВ ХАРКІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ

Розглянуто динаміку виробництва й купівлі м'яса та м'ясопродуктів у Харківській області, специфіку купівельної поведінки мешканців регіону.

Рассмотрена динамика производства и покупки мяса и мясопродуктов в Харьковской области, специфика покупательского поведения жителей региона.

The dynamics of production and purchase of meat and meat products in the Kharkiv region, specific purchasing behavior of the region are considered.

Постановка проблеми у загальному вигляді. У сучасних умовах економічних перетворень, соціальної нестабільності важливим є забезпечення задоволення першочергових потреб населення України, для яких м'ясо та м'ясопродукти є одними з основних продуктів харчування. М'ясопродукти мають провідне значення в структурі продовольчих товарів. Реалії життя підтверджують наявність сталих вікових традицій приготування широковідомих страв із м'ясом: борщ український, капуста, вареники з м'ясом, холодець тощо, а також виробництво й споживання сала. Крім того, останнім часом усе популярнішими стають напівфабрикати з м'яса, ковбасні вироби. У зв'язку з цим постає необхідність вивчення тенденцій споживання м'яса та

м'ясопродуктів у теперішній час та оцінка стану й перспектив розвитку тваринництва як галузі агропромислового комплексу країни.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанням дослідження ринків продовольства приділяють сьогодні значну увагу, оскільки, з одного боку, підприємствам необхідно мати повну та об'єктивну інформацію щодо стану ринку та тенденцій його розвитку а, з іншого, саме ці ринки забезпечують продовольчу безпеку країни і потребують розробки ефективних методів їх регулювання. Теоретико-методологічні основи організації та проведення маркетингового дослідження ринку розглядаються в роботах провідних зарубіжних та вітчизняних вчених: О.М. Азарян, В. Ануріна, І.К. Беляєвського, А.В.Войчака, С.П.Голубкова, Малхорта, К. Нереш, С.В. Скибінського, П. Хага та ін. Окремі аспекти розвитку ринку м'ясопродуктів України висвітлено в роботах Р.С. Грабовського, І.О. Журби, Н.Л. Назарової, І.А. Оносової, Р.С. Польової, Є. Святківської. Кожен з регіонів України має свої особливості демографічної ситуації, розвитку агропромислового комплексу, соціальної сфери, що зумовлює необхідність більш глибокого дослідження окремих товарних ринків у регіональному аспекті. Дослідження, результати якого представлені в даній статті, присвячено вивченню ринку м'яса та м'ясопродуктів Харківської області.

Мета та завдання статті. Мета дослідження полягає в комплексному вивченні особливостей розвитку ринку м'яса та м'ясопродуктів Харківської області з використанням економіко-статистичних та маркетингових методів. Основними завданнями дослідження є аналіз стану й розвитку поголів'я худоби та птиці; оцінка динаміки виробництва м'ясопродуктів; моніторинг цін і рівня споживання м'ясопродуктів у Харківській області; виявлення купівельних переваг під час купівлі м'яса та м'ясопродуктів мешканцями Харкова.

Виклад основного матеріалу дослідження. За останні десятиріччя відбулися серйозні зміни у соціально-економічному становищі в Україні, що відобразилося й на сільському господарстві, переробній промисловості. Галузь виробництва м'яса та його переробки в Україні знаходиться на етапі занепаду. Нестача вітчизняної сировини, зумовлена зниженням обсягів її виробництва, дестабілізує діяльність переробних підприємств. За оцінками експертів дефіцит м'яса великої рогатої худоби становить 400-500 тис т, свинини – близько 200 тис т. Негативні тенденції на ринку м'яса України пов'язані з імпортом низькоякісної дешевої продукції, з якою вітчизняна не може конкурувати за рівнем ціни [3].

За статистичними даними, поголів'я худоби та птиці щорічно знижується. На 1 січня 2009 р. в Україні всього нараховувалося 5079 тис. голів худоби та птиці, це майже у 5 разів менш порівняно з 1990 р. Щорічно темп падіння становив у середньому 8...10%. Аналогічна тенденція склалася і в Харківській області. Поголів'я худоби та птиці в Харківській області стрімко зменшується, лише за останні роки воно скоротилося на 15% у 2008 та ще на 7% у 2009 р. Негативним також є

зменшення частки поголів'я худоби та птиці у загальнонаціональному поголів'ї, якщо у 1995–2003 воно становило близько 5%, а з 2004 року почала поступово знижуватися і вже у 2008–2009 рр., вона становила 3,8–3,9%, відповідно [2; 4]. Отже кризова ситуація у тваринництві Харківської області загострюється.

Негативні наслідки відбилися на обсягах виробництва основних видів тваринництва. За 2008 рік у Харківській області виробництво м'яса всіх видів становило 79,5 тис. т, що майже на 14% менше порівняно з 2007 та майже на 30% менше порівняно з 1995 р.

За роки економічної реформи негативні процеси у тваринництві Харківщини спричинили істотні зміни галузевої структури сільськогосподарського виробництва області. До початку процесів реформування провідною галуззю сільськогосподарського виробництва області традиційно було тваринництво, а частка його продукції у виробництві валової продукції сільського господарства перевищувала 50%. Якщо у 1990 р. співвідношення двох провідних галузей сільського господарства – рослинництва та тваринництва в усіх категоріях господарств області становило відповідно 48,3 і 51,7%, то у 2005 р. – 68,1 і 31,9%. Причому тенденція зменшення частки продукції тваринництва у структурі валової продукції сільського господарства є характерною для господарств усіх категорій. Незважаючи на це, 2008–2009 роки, характеризуються досить динамічним розвитком виробництва м'яса і м'ясних продуктів в області. За період 2001–2008 рр. тільки у 2001 зафіксовано падіння обсягів виробництва порівняно з попереднім роком на 11%. У цілому за вісім років обсяги виробництва зросли проти 2000 р. в 3,8 разу. Харківщина за випуском ковбасних виробів у 2008 р. посіла третє місце в Україні після Дніпропетровської та Донецької областей, тоді як п'ять років тому була на дев'ятому місці (за цей час вона випередила Луганську, Київську, Полтавську, Волинську, Запорізьку, Кіровоградську області).

Нестабільною є цінова ситуація на ринку м'яса та м'ясопродуктів в Україні. З одного боку, нестача пропозиції сприяє підвищенню цін на м'ясо та м'ясопродукти, а з іншого – низька платоспроможність населення обмежує рівень споживання цього продукту.

Восени 2009 р. було здійснено моніторинг цін на підприємствах роздрібною торгівлі Харкова, унаслідок чого виявлено, що у фірмових палатках та магазинах міста ціни на м'ясопродукти в середньому на 8...10% менші, порівняно з цінами в супермаркетах та продовольчих магазинах. Найвищі ціни виявилися у продовольчих магазинах за всіма дослідженими товарними позиціями. На думку експертів, тенденція зростання цін на продукти харчування, ув тому числі на м'ясо, зберігатиметься й у 2010 р. Зважаючи на відкритість економіки України, великий вплив на ціни на внутрішньому ринку чинять світові інфляційні процеси. Збільшення попиту на сільськогосподарську та харчову продукцію на світових ринках та зростання цін на неї стимулює нарощування експорту її з України [1]. Така ситуація вже стала звич-

ною для ринку тваринницької продукції в Україні характерна також для Харківської області.

Скорочення виробництва й зростання цін на внутрішньому ринку на ковбаси й інші готові м'ясопродукти сприяють нарощуванню обсягів імпорту даної продукції в країну. Особливо із країн близького зарубіжжя – Білорусії та Росії, які мають з Україною угоди про режим вільної торгівлі.

Відповідно до статистичних даних, рівень споживання м'яса та м'ясопродуктів населенням Харківської області збільшується щорічно [2]. У 2006–2007 рр. він становив у середньому 5 кг на місяць на одну особу, а у 2008 р., незважаючи на погіршення соціально-економічної ситуації, споживання м'яса підвищилось до 5,5 кг на місяць на одну особу, на рік це становить 66 кг, тобто воно збільшилося майже на 10%. Проте це ще не відповідає фізіологічним потребам, відповідно до яких норма споживання м'яса, яку встановлено МОЗ України, становить 80 кг на рік.

Для виявлення регіональних особливостей споживацької поведінки під час купівлі та споживання м'яса та м'ясопродуктів восени 2009 р. було проведене опитування, в якому взяли участь 130 респондентів методом анкетування. Метою опитування було визначення середнього розміру й частоти купівлі м'яса та м'ясопродуктів мешканцями Харківської області, оцінка споживацького ставлення до цих продуктів, виявлення незадоволеного попиту та причин його існування, установлення чинників, що впливають на купівлю м'яса та м'ясопродуктів.

Серед респондентів було 68,5% жінок та 31,5% – чоловіків; за віком структура респондентів розподілилася таким чином: 59,2% – молодь до 25 років; 29,9% – споживачі у віці 25–50 років та більш 50 років – 11,6% опитаних. Щодо частоти купівлі м'ясопродуктів (табл. 1) слід відзначити, що більше половини опитаних (51,5%), купують м'ясо та м'ясопродукти раз на тиждень, а ще чверть респондентів (26,2%) – раз на місяць.

Таким чином, для більшості опитаних купівля м'яса та м'ясопродуктів відбувається нечасто. Для повноти картини цей висновок було пов'язано також із розміром покупки в натуральному чи грошовому вираженні. Під час дослідження виявлено середній розмір витрат мешканців Харкова на придбання цих продуктів на тиждень (табл. 2). Дані таблиці свідчать про те, що половина (50,8%) опитаних витрачають на купівлю м'яса та м'ясопродуктів до 40 грн на тиждень, ще 32,3% – до 80 грн. Отримані дані свідчать, що з урахуванням поточних цін 83,1% покупців, тобто переважна частина домогосподарств, споживають не більше 1-2 кг м'ясопродуктів на тиждень.

Установлено, що витрати на м'ясо та м'ясопродукти суттєво залежать від складу родини. Майже всі родини з 1-2 осіб витрачають не більше 40 грн на тиждень для купівлі цих продуктів. Частка витрат

на купівлю м'яса та м'ясопродуктів дещо зростає зі збільшенням складу родини.

Таблиця 1 – Частота купівлі м'яса та м'ясопродуктів, її залежність від середньомісячного доходу

Кількість покупок	Кількість опитаних осіб	Відсоткове співвідношення	Середній дохід на одного члена родини, осіб			
			до 600 грн	до 1000 грн	до 1500 грн	більше 1500 грн
Щодня	4	3,1	0	4	0	0
2-3 рази на тиждень	16	12,3	0	6	4	6
Раз на тиждень	67	51,5	18	20	18	11
Раз на місяць	34	26,2	6	18	8	1
Не купую	9	6,9	1	3	1	4
Разом	126	100	25	47	31	23

Таблиця 2 – Тижневі витрати на купівлю м'яса та м'ясопродуктів

Розмір тижневих витрат	Осіб	%	Розмір тижневих витрат на купівлю залежно від складу родини					
			Кількість осіб у родині					
			1	2	3	4	5	6
1	2	3	4	5	6	7	8	9
До 40 грн (в середньому до 1 кг м'яса)	66	50,8	5	24	16	18	3	0
40-60 грн (1...1,5 кг)	27	20,8	1	4	14	6	2	0
60-80 грн (1,5...2 кг)	15	11,5	0	0	7	4	1	3
80-100 грн (більше 2 кг)	13	10,0	0	0	4	6	3	0
Більше 100 грн	9	6,9	0	1	4	2	1	1
Разом	130	100	6	29	45	36	10	4

У процесі маркетингового дослідження було вивчено думку респондентів щодо співвідношення ціни та якості м'ясопродуктів. Лише 4,6% респондентів вважають, що ціна на м'ясопродукти в Харкові є обґрунтованою та відповідає якості м'ясопродуктів (табл. 3).

Таблиця 3 – Оцінка споживачами справедливості ціни на м'ясопродукти

Відповідність якості продукції її ціні	Кількість опитаних осіб	Відсоткове співвідношення	Середній дохід на одного члена родини, осіб			
			до 600 грн	до 1000 грн	до 1500 грн	більше 1500 грн
Повністю відповідає	6	4,6	1	2	1	2
Не завжди	70	53,8	17	24	17	11
Ціни завищені	54	41,5	8	24	13	9
<i>Разом</i>	<i>130</i>	<i>100</i>	<i>26</i>	<i>50</i>	<i>31</i>	<i>22</i>

Більше половини опитаних (53,8%) мають претензії до якості м'ясопродуктів, а 41,5% взагалі вважають, що ціни на них, у тому числі й у Харкові, є завищеними. У процесі дослідження прослідковано залежність оцінки якості м'ясопродуктів від рівня доходу респондентів. Аналіз показав, що більшість опитаних із різним рівнем доходів мають однакові претензії. Різниця тільки в тому, що споживачі з низьким та середнім рівнем доходу взагалі вважають ціни на м'ясо і м'ясопродуктами високими, що не дозволяє їм купувати ту кількість продуктів, яку вони бажають, а респонденти з доходом вище середнього хочуть купувати більш якісний товар і згодні за нього платити обґрунтовану, навіть високу, ціну.

Отже, вивчення споживчих уподобань щодо купівлі та споживання м'яса та м'ясопродуктів дало змогу виявити процеси та чинники, що формують споживчий попит населення на м'ясопродукти.

Висновки. Результати проведеного дослідження свідчать про те, що основними тенденціями розвитку ринку м'яса та м'ясопродуктів у Харківській області є такі:

- зменшення в усіх категоріях господарств поголів'я худоби, птиці та виробництва м'яса у забійній вазі;
- збільшення поставок дешевого імпортного м'яса та м'ясопродуктів, переважно низької якості;
- динамічне зростання виробництва м'ясопродуктів за останні вісім років;
- щорічне збільшення споживання м'яса на одиницю населення, у тому числі у 2009 р. на 10%;
- зростання ціни на тваринницьку продукцію, причому у 2008 році вартість за тону худоби та птиці зросла більш ніж на 50%;
- на стан ринку суттєвий негативний вплив справили економічні чинники та дефіцит сировинних ресурсів;
- незважаючи на щорічне зростання обсягів споживання м'яса та м'ясопродуктів населенням Харківської області, фактичне споживання не відповідає фізіологічній нормі майже на 30%.

Список літератури

1. Висока інфляція – неминуча складова економічного розвитку України впродовж 2008–2010 років [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <<http://www.epravda.com.ua/>>.
2. Головне управління статистики у Харківській області [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <<http://uprstat.kharkov.ukrtel.net/ua/index.html>>.
3. Святківська, Є. Стан і перспективи ринку м'яса та м'ясопродуктів [Електронний ресурс] / Є. Святківська. – Режим доступу : <http://agribusiness.kiev.ua/img/zstored/files/25_02_09%20meat%20LIza.pdf>.
4. Ситуація на ринку м'яса і м'ясопродуктів [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <<http://ukrexport.gov.ua/ukr/economica/ukr/864.html>>.

Отримано 31.03.2010. ХДУХТ, Харків.

© Т.М. Парцирна, О.В. Жегус, 2010.

УДК 658.8.013:338.2

Т.Л. Мігяєва, ст. викл.

А.Г. Кіріла, студ.

МАРКЕТИНГ ВІДНОСИН У СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Розглянуто теоретичні та методико-практичні основи маркетингу відносин на основі системного, ситуаційного та комплексного підходів з урахуванням специфіки функціонування вітчизняних виробників.

Rассмотрены теоретические и методико-практические основы маркетинга взаимоотношений на основании системного, ситуационного и комплексного подходов с учетом специфики функционирования отечественных производителей.

Theoretical methodical and practical bases of relations marketing based on system, situational and complex approaches, taking into account the functioning specificities of the national producers, are examined

Постановка проблеми у загальному вигляді. У теперішніх умовах формування і встановлення в Україні ринкових відносин, що відзначаються динамічністю маркетингового середовища, стрімкими темпами інноваційного розвитку, значним конкурентним тиском, підвищенням вимог споживачів до якості товарів, насиченістю ринку товарів і послуг, що призводить до підвищення інтерактивності в поведінці та формування повторюваних маркетингових рішень, найбільш ефективним способом утримати цільових суб'єктів взаємодії є індивідуалізація відносин з ними.