

УДК 338.43

С. І. Мороз,

к. е. н., доцент кафедри інформаційних систем і технологій,
Дніпропетровський державний аграрний університет

РЕГІОНАЛЬНА ДИФЕРЕНЦІАЦІЯ ВІТЧИЗНЯНОГО РИНКУ М'ЯСА

Проаналізовано вітчизняне виробництво і споживання м'яса в розрізі регіональних ринків. Визначені чинники, що на них впливають. Запропоновані показники оцінки перспективних областей розширення регіонів збуту для виробників м'ясної сировини.

A home production and consumption of meat in the cut of regional markets have been analyzed. The factors, that on them influence have been defined. Indexes of an estimation of perspective areas for expansion of regions of sale for the producers of the meat row have been proposed.

ВСТУП

Останнім часом м'ясний комплекс України зазнає значних структурних змін. Довготривала системна збитковість галузі, крім падіння обсягів виробництва, призвела до перерозподілу структури м'ясних галузей. Домінування скотарства з тривалими виробничими циклами за значної державної підтримки галузі закінчилося на користь птахівництва з короткими термінами оборотності коштів (рис. 1). Зниження життєвого рівня населення України, високі ставки кредитування, зняття дотацій та відкриття внутрішнього ринку для зовнішньої конкуренції після вступу до СОТ спричинили ще глибші зміни м'ясного ринку. У 2009 році м'ясо птиці становило 46,6% вітчизняного виробництва, а за 9 місяців 2010 року в структурі реалізації сільськогосподарських підприємств займало 65,7% [6, с. 28; 4, с. 16].

Асиметричний розвиток регіонів, властивий більшості країн світу, характерний і м'ясному ринку України. Тривалий час спостерігаються суттєві відхилення у рівні доходів населення, обсягах споживання м'яса, цінах реалізації та спеціалізації областей.

ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ

Метою дослідження є вивчення обласних ринків м'яса в Україні та визначення перспектив виробників до розширення регіону збуту.

РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕНЬ

Основне виробництво м'яса зосереджено в трьох областях, які виробляють 34,2% українського м'яса в забійній вазі. Найшвидші темпи росту в Україні демонструють підприємства Черкаської

області, де в 2007 році виробництво збільшилось більш ніж на третину, а в 2008 — ще на 27,8%. У 2009 році область вийшла на лідируючі позиції, адже тут вирощено 253,7 тис. т м'яса, або 13,2% українського виробництва. Суттєво відстають Київська та Дніпропетровська області з обсягами відповідно 205,9 та 197 тис. т [6, с. 146].

Лише шість регіонів (табл. 1) повністю покривають внутрішній попит на м'ясо худоби і птиці та ще два близькі до цього. Черкаська та Волинська області зорієнтовані на зовнішні ринки збуту, адже їх виробництво відповідно на 278,3% і 75,6% перевищує внутрішній попит. Найвища залежність від зовнішніх поставок у Донецькій (62,5%), Одеській та Луганській (64,7%) областях, причому позитивними маркетинговими чинниками Донецького регіону є високий рівень споживання (59,7 кг) та найвища по Україні середня заробітна плата (2119 грн.).



Рис. 1. Динаміка вітчизняного виробництва м'яса [6, с. 28]

Таблиця 1. Характеристика вітчизняного регіонального виробництва та споживання м'яса (складено за [3; 5, с. 12; 6, с. 146, 147, 194])

Регіон	Рівень самозабезпеченості регіону, %	Споживання м'яса на 1 особу в рік, кг	Виробництво м'яса на 1 особу в рік, кг	Частка сільськогосподарських підприємств у виробництві, %	Ціна реалізації, грн./т	Середня місячна заробітна плата, грн.
Донецька	37,5	57,8	21,7	59,7	11262,6	2119
Одеська	45,3	40,6	18,4	18,7	11183	1786
Луганська	45,3	40,8	18,5	61,1	10791,4	1876
Миколаївська	47,3	44,4	21,0	22,0	10713	1808
Харківська	55,1	53,4	29,4	39,4	10125,2	1807
Полтавська	59,7	48,9	29,2	51,4	10380,5	1736
Запорізька	59,9	48,9	29,3	48,6	11384,2	1848
Сумська	68,8	45,2	31,1	26,4	9967,9	1596
Київська	71,0	64,5	45,8	80,3	10160,4	1992
Вінницька	74,3	49	36,4	35,9	9745,1	1514
Хмельницька	74,9	41,9	31,4	34,5	10578,9	1525
Тернопільська	74,9	42,7	32,0	18,1	11101,4	1417
Житомирська	78,3	43,8	34,3	18,3	10137,1	1498
Херсонська	81,7	45,8	37,4	17,8	12719,6	1485
Чернігівська	83,1	43,2	35,9	43,4	9905,2	1468
Кіровоградська	83,7	46,7	39,1	15,0	11093,7	1540
Закарпатська	88,4	45,7	40,4	7,2	13183,6	1569
Рівненська	91,2	47,5	43,3	30,5	9970,3	1617
Львівська	92,7	45,4	42,1	41,0	9038,3	1671
Чернівецька	101,4	42,0	42,6	31,9	11952,3	1523
Дніпропетровська	107,7	54,3	58,5	84,6	10770	1967
Ів.-Франківська	108,6	40,5	44,0	23,9	13192	1631
АР Крим	111,5	53,1	59,2	58,0	10545,3	1710
Волинська	175,6	48,4	85	51,3	10523,6	1433
Черкаська	378,3	51,6	195,2	85,7	9674	1532
По Україні	83,7	49,7	41,6	53,9	10362,9	1909

Знаковим є те, що саме в областях-лідерах виробництва частка сільськогосподарських підприємств у загальному обсязі є найвищою і з кожним роком демонструє позитивну динаміку. В 2009 році в Черкаській області вона становила 85,7 %, Дніпропетровській — 84,6 %, Київській — 80,3 %. Інші регіони відстають не менш як на 20 пунктів.

В останні роки нарощування виробництва пов'язане з діяльністю великих компаній. Так, центрами промислового птахівництва є Черкаси, Київ, Дніпропетровськ, Донецьк та Автономна республіка Крим. Безумовним вітчизняним лідером у птахівництві є фінансово-промислова група "Миронівський хлібопродукт" (торгова марка "Наша ряба") з замкнутим циклом виробництва від вирощування кормів і виробництва інкубаційних яєць до виготовлення напівфабрикатів та організації власної мережі роздрібною торгівлі. Виробничі потужності підприємства розосереджені у Київській, Черкаській, Дніпропетровській областях та в АР Крим.

Конкуренцію компанії складають ЗАТ

"Комплекс Агромарс", ТОВ "Рубі-Роз Агрікол Ко ЛТД", ЗАТ "Птахоконбінат Дніпровський", Агропромгрупа "Пан Курчак". Подібний рівень монополізації спостерігається і в США, де чотири компанії вирощують 56 % м'яса бройлерів [157, с. 92].

Лідерами у свинарстві є ТОВ "Агропромислова компанія" (Запорізька обл.), ЗАТ "Бахмутський аграрний союз" (Донецька обл.), ТОВ "Агро-Овен" (Дніпропетровська обл.). Відкриття потужного центру промислового свинарства ЗАТ "АПК-ІНВЕСТ" в Донецькій області практично не вплинуло на регіональну статистику.

Вирощуванням ВРХ переважно займаються домашні господарства. М'ясне скотарство в промисловому масштабі майже не цікавить вітчизняних виробників і представлене невеликими обсягами виробництва елітних порід.

Так, СТОВ "Дружба народів", що входить до складу холдингу "Миронівський хлібопродукт", вирощує худобу породи абердино-ангус.

Вплив конкурентного середовища на ціни змістовно охарактеризував І.Ф. Шерр: "В том случае, если каждый хозяйствующий субъект, желающий обменять свой продукт, имеет свободный доступ на рынок, между различными производителями возникает соревнование, которое обязательно выражается в снижении цен, так как при предложении, превышающем спрос, покупателя первым находит тот, кто предлагает свои товары по самой низкой цене. С другой стороны, в этом случае, если каждый хозяйствующий субъект, нуждающийся в продукте, имеет свободный доступ на рынок, то соревнование возникает и со стороны спроса. Продукт, имеющийся в ограниченном количестве, достается тому, кто может заплатить высшую цену" [10, с. 20].

Регіональна диференціація цін формується під впливом відмінностей у витратах на виробництво, рівнях конкуренції, інфляції, вподаннях і доходах споживачів, розміру обмінно-

го курсу, мит та податків. Чим більші відхилення факторів, тим більші цінові варіації. Дані табл. 1 свідчать про більш ніж 30 % відхилення у рівнях оплати праці та цінах на м'ясо. Кореляційний аналіз показав, що споживання м'яса на 57,1 % залежить від рівня оплати праці, а коефіцієнт самозабезпеченості регіону напряму залежить (99,1 %) від обсягів виробництва на душу населення. Тобто чим вище концентрація виробництва і рівень доходів групи споживачів, тим вищий рівень споживання. Середні ціни реалізації худоби та птиці не мають зв'язку з жодним з досліджуваних параметрів, можливо, через високий ступінь усередненості показників.

В останні десятиліття внаслідок глобалізаційних тенденцій у багатьох країнах світу спостерігається поступове вирівнювання внутрішніх цін і наближення їх до світових. А. Маршал в своїх "Принципах політичної економії" називав це ознакою довшеного ринку: "... чем более совершенным является рынок, тем сильнее тенденция к тому, чтобы во всех его пунктах в один и тот же момент платили за один и тот же предмет одинаковую цену" [2, с. 7]. Очевидно, що цей процес очікує й Україну. Проте варто пам'ятати, що розвинені країни переорієнтовують систему дотування виробників на пряме субсидування неплатоспроможних споживачів, компенсуючи їм зростання цін.

До факторів міжнародної гармонізації ринків В.М. Тарасевич відносить: зниження торгових бар'єрів і транспортних витрат, покращення комунікації, інформативності та активності торгівлі [7, с. 170—171].

Зменшити регіональні цінові відхилення м'ясного ринку України могла б біржова торгівля, яка на цьому сегменті практично не працює і орієнтується на продукцію рослинництва. Проте слід зазначити, що головною умовою такої торгівлі є стандартизація м'яса. Так, на біржі Chicago Mercantile Exchange торгівля худобою здійснюється за двома видами Feeder Cattle (12-місячні телята вагою від 317,5 до 385 кг, котрі вирощувалися шість місяців на підсоді і пасовищі) та Live cattle (18-місячні, після до-

Таблиця 2. Розрахунок цінових індексів на м'ясо свиней

Область	Закупівельні ціни на свиней 1 і 2 категорії на 10.10.2010, грн./т	Індекс, І _ц
ТОВ «Агро-Овен»	14650	
Луганська	18000	0,81
Житомирська	17610	0,83
Закарпатська	17000	0,86
Чернівецька	16790	0,87
Запорізька	16700	0,88
Сумська	16500	0,89
Львівська	16458	0,89
Дніпропетровська	16320	0,90
Вінницька	16200	0,90
Кіровоградська	16000	0,92
Донецька	15980	0,92
Чернігівська	15700	0,93
Миколаївська, Полтавська, АР Крим	15500	0,95
Київська	15450	0,95
Харківська, Волинська	15400	0,95
Рівненська	15300	0,96
Хмельницька	15000	0,98
Херсонська, Тернопільська	14500	1,01
Черкаська	14000	1,05
Одеська	13950	1,05
Івано-Франківська	12000	1,22
по Україні	15807	0,93

даткових 6 місяців стійлової інтенсивної відгодівлі на кукурудзі та сої до 544,3 кг забійної ваги) [1].

Залучити більшу кількість покупців і продавців дозволяють засоби електронної торгівлі, які до того ж не вимагають фізичної присутності учасників у одному місці. Їх участь забезпечує комп'ютер, телефонна лінія та можливість доступу в глобальну мережу Інтернет.

Для оцінки перспектив розширення регіонів збуту й маркетингового ціноутворення пропонуємо використовувати відносні показники індексу рівня цін у розрізі видів продукції:

$$I_{цр} = C_n / C_p,$$

$$I_{цг} = C_n / C_g,$$

де $I_{цг}$, $I_{цр}$ — індекси цін реалізації;

C_n — ціна реалізації підприємства, грн.;

C_g , C_p — середня ціна реалізації відповідно в галузі та у регіоні, грн.

Розрахунки для цін реалізації м'яса свиней ТОВ "Агро-Овен" та закупівельних цін в областях України [8] приведено в табл. 2.

Розрахунки свідчать про цінову конкурентоздатність ТОВ "Агро-Овен" на вітчизняному ринку (0,93). Оцінюючи перспективи розширення географії збуту при забезпеченні потреб Дніпропетровської області м'ясом, вважаємо за доцільне виділити три групи областей: перша включає 11 областей з індексами 0,81—0,92, другу складають 9 областей з індексами 0,93—0,98, до третьої входять 5 областей з індексами вище 1 (табл. 2, рис.2).

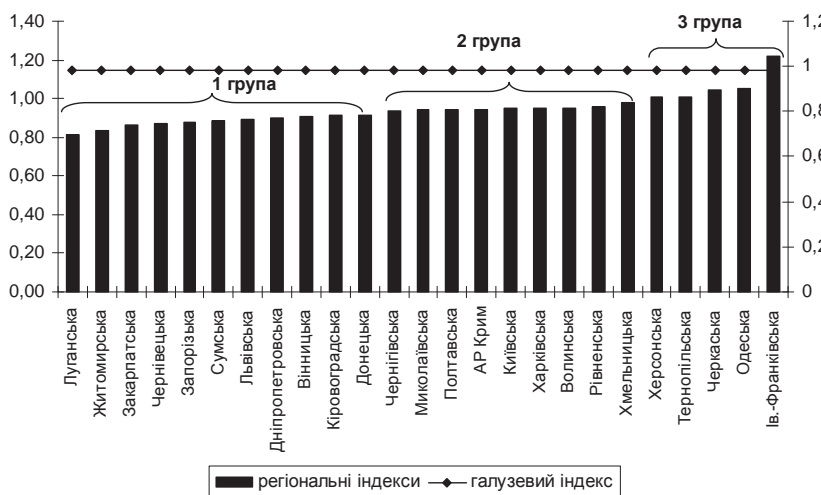


Рис. 2. Цінове позиціонування підприємства

Найсприятливіша для підприємства ситуація, коли $I_{цг} < 1$ та $I_{цр} < 1$, адже це свідчить про підвищену стійкість підприємства до змін ринкової кон'юнктури та посилену цінову конкурентоздатність.

Очевидно, що для аналізованого підприємства, з цінового аспекту, постачання м'ясної сировини є перспективним до областей першої групи. Але найбільш привабливими за співвідношенням "ціна — відстань" можна вважати Луганську та Запорізьку області, адже виграшна різниця в ціні (0,81 та 0,88) не компенсується транспортними витратами. Більш точні розрахунки виграшу можна зробити лише з орієнтацією на кінцевого замовника, адже до Запоріжжя від підприємства близько 140 кілометрів, а до Кривого Рогу Дніпропетровської області — близько 200 км.

Для організації постачання сировини в області другої групи варто шукати засоби нецінової конкуренції. Бажано також залучати переробні потужності в регіони третьої групи, адже низькі ціни закупівельні ціни на сировину не завжди здешевлюють готову м'ясну продукцію. Тотожні прийоми доцільно адаптувати й для першої групи регіонів, адже транспортування на значні відстані знизить очікувані доходи.

При $I_{цг} < 1$ та $I_{цр} > 1$ для стандартної продукції варто шукати інші регіони збуту і терміново вносити поправки у виробництво.

ВИСНОВКИ

Вимоги ринку призвели до значного скорочення і перерозподілу структури виробництва м'яса. Майже половину вітчизняного виробництва забезпечує птицеводство. Центрами м'ясного виробництва є Черкаська, Київська та Дніпропетровська області. Причому перша зорієнтована на збут в інші регіони, адже тільки шість з них покривають власні потреби.

Статистичні дані свідчать про значні регіональні відхилення у рівні споживання м'яса, який значною мірою залежить від заробітної плати. Отже, ціна є вагомим чинником вибору для вітчизняного споживача.

Аналіз цінових відхилень у регіональному розрізі дозволяє оцінити успішність маркетингової цінової політики підприємства, правильний вибір цільової групи та позиціонування товару.

Вивчення інформаційного і програмного забезпечення маркетингових інформаційних систем стане метою подальших досліджень.

Література:

1. Введение в биржевую торговлю живым скотом [Електронний ресурс] // Союз аграрных бирж — Режим доступа: <http://www.fibo-futures.ru/pages.php?page=111>
 2. Маршалл А. Принципы политической экономии / А. Маршалл; пер. з англ. — М.: Прогресс, 1984. — Т.2. — 310 с.
 3. Сайт державного комітету статистики України [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
 4. Статистичний бюлетень "Стан тваринництва в Україні" за січень-вересень 2010 року. — К.: Державний комітет статистики України, 2010. — 33 с.
 5. Статистичний збірник "Баланси та споживання основних продуктів харчування населенням України" за 2009 рік / За ред. Ю. М. Остапчука. — К.: Державний комітет статистики України, 2010. — 54 с.
 6. Статистичний збірник "Тваринництво України" за 2009 рік / За ред. Ю. М. Остапчука. — К.: Державний комітет статистики України, 2010. — 202 с.
 7. Тарасевич В.М. Ценовая политика предприятия / В.М. Тарасевич. — СПб: Питер, 2001. — 464 с.
 8. Тваринництво [Електронний ресурс] // Сайт Міністерства аграрної політики України. — Режим доступу: <http://www.minagro.kiev.ua/>
 9. Терентьева А.С. Конкурентные позиции птицеводства на аграрном рынке США / А.С. Терентьева // США и Канада: экономика, политика, культура. — 2006. — № 8. — С. 90—106.
 10. Шерр И.-Ф. Учение о торговле / И.-Ф. Шерр; пер. с нем. — М.: Пер-спектива, 1993. — 234 с.
- Стаття надійшла до редакції 18.10.2010 р.