

МЕНЕДЖМЕНТ, МАРКЕТИНГ, ПІДПРИЄМНИЦТВО

УДК 339.137.2 : 636.2.033

*Пуцентайло П.Р.,
к.е.н., доцент,
Тернопільський національний економічний університет*

ОЦІНКА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ РИНКУ М'ЯСА ЯЛОВИЧИНИ

Постановка проблеми. В останні роки в м'ясному скотарстві відбуваються суттєві зміни, які полягають як у скороченні поголів'я худоби, так і зменшенні виробництва яловичини. Так, поголів'я великої рогатої худоби в сільськогосподарських підприємствах у 2009 р. скоротилося на 5,4% до 1,63 млн голів. Обсяги вирощування великої рогатої худоби зменшилися на 4,1%, при цьому реалізація на забій показала зниження на 13,3% до 192,2 тис. т. Майже 7% підприємств, що займалися до цього скотарством, вирізали повністю власне поголів'я великої рогатої худоби. Середній обсяг вирізаного стада становив 133 голови. Загалом, в останні роки найбільш активно вирізання поголів'я відбувалося в дрібних і середніх підприємствах з чисельністю поголів'я великої рогатої худоби до 500 голів. У 2009 р. відбулося збільшення поголів'я великої рогатої худоби у великих підприємствах з поголів'ям основного стада більше 5000 голів з 34,4 тис. голів до 49,6 тис. гол. Все це зумовлює більш детальний аналіз цих явищ за допомогою методів визначення конкурентоспроможності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження проблеми конкурентоспроможності постійно проводилось у розвинутих країнах. Теоретичним надбанням є наукові праці економістів: Г. Азоєва [1-2], І. Ансофа [19], Т. Осташко [6], М. Портера [7-8], Н. Тарнавської [14], Х. Фасхієва [15], Р. Фатхутдінова [16-17], Д. Юданова [19] та ін. Проте у більшості з них проведено теоретичне осмислення конкурентоспроможності за допомогою різноманітних методів і прийомів. На жаль не має опису проведення конкурентоспроможності галузі м'ясного скотарства. Саме ці аспекти зумовлюють актуальність цього дослідження.

Постановка завдання. Метою статті є аналіз конкурентної позиції господарств – виробників яловичини, за допомогою різноманітних методів оцінки. Зокрема, введення коефіцієнтів дає змогу ранжувати будь-яку сукупність сільськогосподарських підприємств за будь-якою системою показників і більш чітко визначити їхні конкурентні позиції і дати комплексну оцінку стану і тенденцій розвитку галузі м'ясного скотарства.

Виклад основного матеріалу дослідження. В останні роки триває тенденція щодо скорочення дрібних виробників яловичини і, одночасно посилення концентрації виробництва у крупних господарствах. Якщо в 2008 р. охолоджена яловичина вироблялася на 1875 підприємствах, а морожена на 66, то у 2009 р. – на 331 і 48 підприємствах, відповідно. Отже, скорочується кількість дрібних підприємств і підвищується ймовірність більш жорсткого ветеринарного контролю та дотримання санітарних норм.

Виробництво яловичини нині представлено двома товарними сегментами: охолоджена та заморожена продукція. Скорочення поголів'я великої рогатої худоби і дефіцит сировини спричинили скорочення виробництва охолодженої та замороженої яловичини. На зменшення виробництва м'яса суттєво вплинуло зростання закупівельних цін на молоко у 2009–2010 рр., що пояснюється залежністю випуску яловичини як похідної від молочної галузі і безпосередньо залежить від цінової ситуації на ринку молочної сировини. Водночас зберігається тенденція до збільшення виробництва продукції від спеціалізованих м'ясних порід і формування нового сегмента ринку, кінцевим продуктом якого буде якісна охолоджена яловичина, пропонована споживачеві в роздрібній торгівлі. У 2008–2010 рр. стримуючим чинником для активного розвитку цього напряму було скорочення купівельної спроможності населення через фінансову кризу. Питома вага замороженої продукції перебуває у межах 24–25%. Цей товарний сегмент характеризується експортно-орієнтованою спрямованістю і обсяги його виробництва безпосередньо залежать від експортних поставок насамперед у Росію.

Враховуючи, в перспективі, бажання виробників яловичини постачати продукцію на ринки країн ЄС, який приділяє особливу увагу подібним аспектам, можна зробити висновок, що консолідація ринку продовжиться.

Ринок яловичини є складовою частиною загального продовольчого ринку країни і ринку м'яса загалом. Як і всі інші товарні та продуктові ринки він функціонує на основі взаємодії трьох складових його елементів: попиту, пропозиції і ціни. Перевищення темпів зростання середньодушових доходів населення над темпами зростання споживчих цін на яловичину спричинило збільшення споживання м'яса. З 2001 р. воно підвищилося з 31,1 кг до 49,7 кг у 2009 р., у т. ч. яловичини – з 6,4 до 10 кг, що є нижчим у два рази від визначених раціональних норм споживання м'яса яловичини та продуктів її переробки. В загальному споживанні м'яса частка яловичини становить всього 24%.

Плавне зниження потенційної ємності ринку пов'язане зі зменшенням чисельності населення області. При цьому спостерігається перевищення сукупної пропозиції над сукупним попитом при порівняно високому рівні цін, який недоступний для більшості населення. Звідси низький рівень величини та обсягу попиту яловичини.

Доцільно виокремити тренди, які в найближчій перспективі можуть стати визначальними у тваринництві. Насамперед, це розуміння необхідності чіткого структурування та спеціалізації виробничої діяльності, побудованої на сучасних інноваційних технологічних рішеннях. Інший аспект реалій українського ринку – це необхідність поетапного розвитку виробництва з трансформацією у вертикально-інтегровану виробничо-господарську структуру для максимального ресурсного і переробного забезпечення всього ланцюга діяльності. На поточному етапі розвитку м'ясного скотарства в Україні ці тренди проявляються в процесі поступового зменшення територіального та кількісного розосередження в більшості неефективного дрібнотоварного виробництва.

Негативні тенденції у виробничій сфері зумовили виникненню дефіциту м'яса і м'ясопродуктів на внутрішньому ринку з 2005 р. З кожним роком дефіцит м'яса, особливо яловичини, збільшується. Тому логічним є збільшення імпорту живої великої рогатої худоби та яловичини. Цьому сприяє цінова кон'юнктура імпорту яловичини, що приваблює переробні підприємства працювати переважно на двократно дешевшій імпортній сировині.

Сегмент м'ясної переробки займає доволі велику нішу в харчовій промисловості України, поступаючись за обсягами реалізованої продукції лише секторам молочного виробництва та виробництва напоїв. У середньому за останні п'ять років частка м'ясопереробної галузі в структурі харчової промисловості становила 15,4%. За підсумками 2009 р. з об'єктивних причин частка галузі знизилася до 13,2%.

Таблиця 1

Продаж великої рогатої худоби сільськогосподарськими підприємствами (в живій масі)

Показник	Рік							
	2006		2007		2008		2009	
	тис. т	%	тис. т	%	тис. т	%	тис. т	%
Продано – всього	302,3	100	321,5	100	245,4	100	297,5	100
переробним підприємствам	159,8	52,9	176,7	55,0	142,4	52,0	171,7	57,7
населенню у рахунок оплати праці	18,6	6,1	15,5	4,8	10,4	6,0	14,0	4,7
видано пайовикам в рахунок орендної плати	2,0	0,7	1,9	0,6	0,8	0,3	1,2	0,4
на ринках: через власні магазини, ларки	39,2	13,0	38,5	12,0	27,0	11,0	33,0	11,1
по інших каналах	82,7	27,3	88,8	27,6	64,7	26,4	77,6	26,1

Методами кореляційно-регресійного аналізу за допомогою засобів прогнозування табличного процесора Microsoft Excel визначено, що прогнозне значення показника продажу яловичини визначається таким рівнянням:

$$y = 37,25x^3 - 271,1x^2 + 571,9x - 35,7$$

З достовірністю 0,98% на основі даної моделі обчислено, що із врахуванням коливного процесу, який описує динамічний ряд даних (табл. 1), продаж великої рогатої худоби сільськогосподарськими підприємствами у 2010 р. становитиме 269,05 тис. т., що на 9,5% менше від 2009 р. Таке зменшення найбільше зумовлюється зменшенням продажу пайовикам в рахунок орендної плати та у рахунок оплати праці (табл. 2).

Варто зазначити, що м'ясна промисловість опинилася в складній ситуації. За перше десятиліття незалежності галузь, на яку в 1990 р. припадало більше 20% виробництва всієї харчової промисловості України, до 2000 р. скоротилася в 5 разів. І це при тому, що загалом харчова промисловість зазнала лише дворазового падіння. На початку нового тисячоліття процеси відновлення та розвитку м'ясопереробної промисловості значно активізувалися. Регіональна специфіка розміщення виробників яловичини полягає в тому, що на заході країни сконцентровані

виробники, які реалізують її як кінцевий продукт: експортують або продають вітчизняним м'ясопереробним підприємствам з центральних і південно-східних областей. У південно-східних регіонах країни зосереджені підприємства, які є основними покупцями яловичини, а також самі займаються виробництвом яловичини, як правило, для власного споживання і подальшого виробництва м'ясних і ковбасних виробів.

Таблиця 2

Прогнозування зміни показників продажі великої рогатої худоби сільськогосподарськими підприємствами (в живій масі) на 2010 р.

Показник	Математична модель прогнозу	Прогнозне значення, тис. т	Відносне відхилення в порівнянні з попереднім періодом
Продаж переробним підприємствам	$19,13x^3 - 140,4x^2 + 304,1x - 23,1$	163	-5,1%
Продаж населенню у рахунок оплати праці	$y = 1,783x^3 - 11,7x^2 + 19,51x + 9$	10,5	-29%
Видано пайовикам в рахунок орендної плати	$y = 0,416x^3 - 3x^2 + 5,983x - 1,4$	0,8	-50%
Продаж на ринках: через власні магазини, ларки	$y = 4,716x^3 - 33,7x^2 + 67,38x + 0,8$	26,9	-19%
Продаж по інших каналах	$y = 11,2x^3 - 82,3x^2 + 174,6x - 20,8$	68,6	-12%

За підсумками 2009 р. промисловими підприємствами було вироблено 79 тис. т охолодженої яловичини проти 128 тис. т у 2008 р. Скорочення обсягів виробництва відбувалося на тлі швидкої консолідації ринку, в результаті визначилося шість лідерів, які контролюють близько 30% ринку і кожен з них виробляє більше 2 тис. т продукції на рік. Аналогічний показник 2008 р. був на рівні 20%, а питома вага найбільших підприємств не перевищувала 4%.

Таблиця 3

Рейтинг найбільших промислових виробників яловичини (свіжої, охолодженої і мороженої) в Україні у середньому за 2007–2009 рр.

Підприємство	Частка ринку, %	Холдинг
ТОВ "Компанія Зевс ЛТД"	5,9	–
ПАТ М'ясокомбінат "Ятрань"	5,7	–
ТОВ "Шепетівський м'ясокомбінат"	5,4	–
ТОВ "Заготсервіс"	5,3	–
ПАТ "Козятинський м'ясокомбінат"	5,2	OSI Group
ПАТ "Тростянецький м'ясокомбінат"	4,9	–
ТОВ "Золотоноша-Агро"	4,7	–
Прат "Ритм"	4,5	–
ТОВ "Ермій"	3,8	–
ТОВ "Глобинський м'ясокомбінат"	3,6	"Корпорація Глобіно"
ПрАТ "Житомирський м'ясокомбінат"	3,5	–
ПАТ "Кременчукм'ясо"	3,3	–
Структурний підрозділ ТОВ "Дружба Народів"	3,2	"Миронівський хлібопродукт"
ПАТ "Івано-Франківський м'ясокомбінат"	2,7	–
ПП "Надія-Е"	2,5	–

Серед найбільших виробників яловичини варто виокремити виробників м'ясних і ковбасних виробів: м'ясокомбінат "Ятрань" і підприємства, які не займаються масовим виробництвом готових виробів і спеціалізуються на виробництві м'яса для подальшої його реалізації, переважно на внутрішньому ринку: "Заготсервіс", Козятинський м'ясокомбінат, структурний підрозділ ТОВ "Дружба Народів", "Зевс ЛТД", "Ритм".

Незважаючи на скорочення поголів'я великої рогатої худоби, яке триває з року в рік, з урахуванням невідповідності собівартості і цін реалізації м'яса великої рогатої худоби, ціни на молодняк великої рогатої худоби навесні 2010 р. опустилися нижче відповідних цін 2009 р. Причиною тому була відсутність споживачів які купували дорожчу яловичину порівняно зі свининою і птицею.

На бугаїв понад 400 кг ціни були практично на тому самому рівні, що і в 2009 р., хоча вони й підвищувалися в окремі місяці до рекордного для країни рівня – 13,5–14 грн / кг. Крім того, можна зазначити, що скорочення поголів'я корів забезпечує вищий рівень цін на цю категорію при відносно

стабільному попиту. Традиційно корови продаються за нижчими цінами, ніж інші категорії худоби. Що стосується м'яса на кістці, то протягом декількох років у середньому ціни на напівтуші биків 95+ становлять 22,5–23,5 грн/кг, що відповідає рівню цін 2008–2009 рр., коли подорожчали всі види м'яса. В окремі місяці ціни на напівтуші досягали 24–25 грн/кг за півтуші биків 95+.

У 2010 р. закупівельні ціни м'ясокомбінатів перебували на таких рівнях: корови – 10,00–11,00 грн/кг живої ваги, бугаї – 12,80–13,00 грн / кг живої ваги. Мінімальний рівень цін на биків відгодівельних господарств становить 12,50 грн/кг.

Закупівельні ціни на худобу у населення перебували на рівні 9,00–9,50 (корови) і 11,00–12,00 (бугаї). Ціни на бугаїв (напівтуші 95+) знизилися на 24,00 грн/кг, FCA, на корів (напівтуші) – на 20,00–20,50 грн/кг, FCA. Максимальна ціна на напівтуші корів досягала рівня 21 грн/кг.

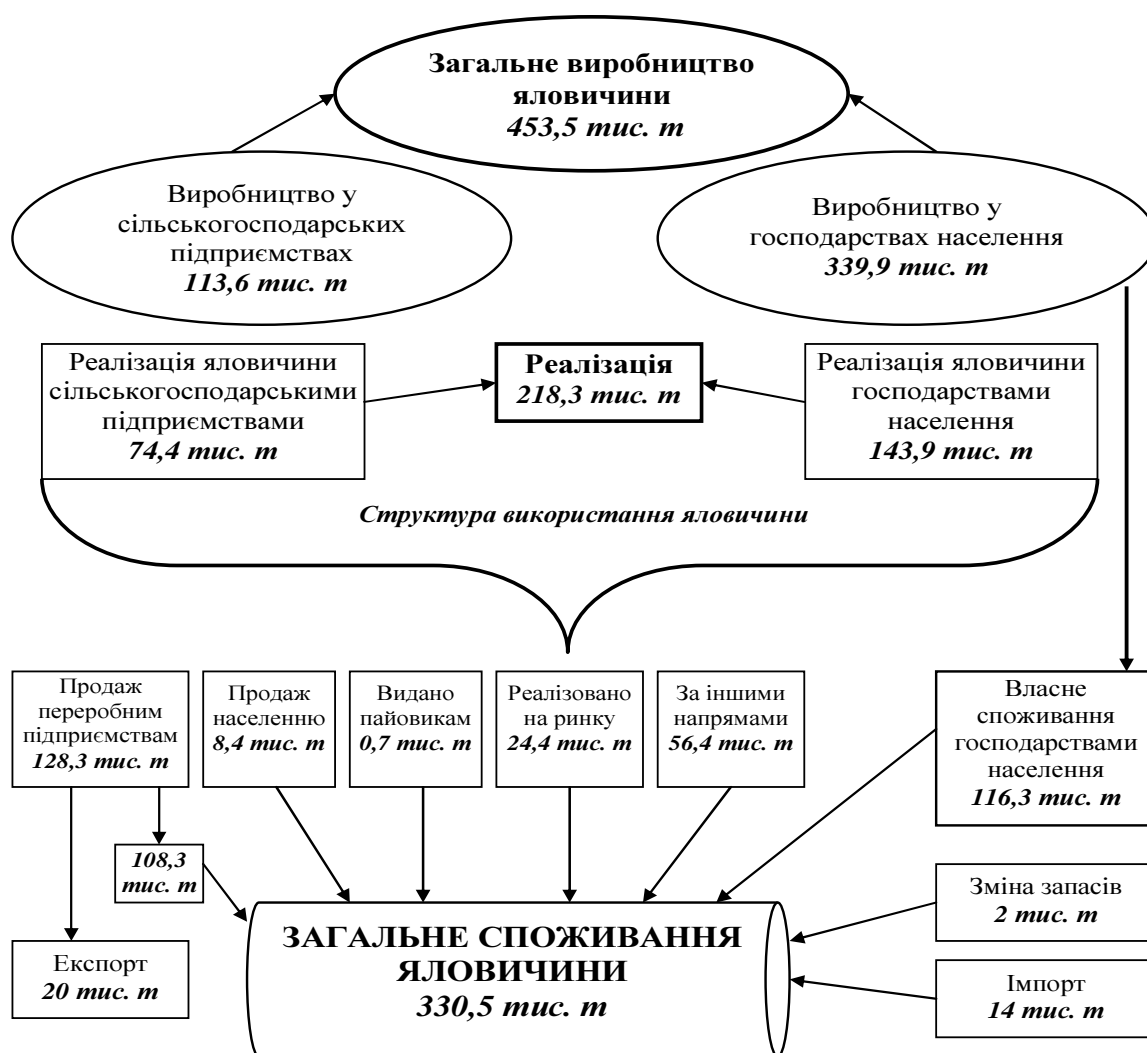


Рис. 1. Виробництво і використання яловичини у 2009 р. в Україні

Ціни на телят для відгодівлі (6–8 місяців, вага до 200 кг) залишилися на рівні 12,50–13,00 грн/кг, телята симентальської породи продавалися по 14,00–14,50 грн/кг. Пропозиція телят симентальської породи є дуже незначною. При продажу дорослої худоби м'ясної спрямованості виробник отримує великий прибуток лише за рахунок більшої ваги (виходу м'яса). Водночас більшість українських м'ясокомбінатів не робить суттєвої різниці при закупівлі бугайців м'ясного напрямку і звичайних. Отже, у відгодівельних підприємств немає особливого стимулу закуповувати телят м'ясного напрямку для відгодівлі, оскільки відразу при покупці вони витрачають зайві 1,50 грн/кг живої ваги або 300 грн на одному теляті. Рівень закупівельних цін на дорослу худобу становив 13 грн/кг, що є доволі низькою ціною для телят симентальської породи на відгодівлі [5].

У 2010 р. на вищому рівні збереглися ціни на блоки, хоча вже в травні 2010 р. вони стали наближатися до рівня цін 2009 р. Загалом по Україні блоки вищого ґатунку реалізувалися за ціною 38–39 грн/кг, проти 35–36 грн/кг в 2009 р. Традиційно найбільш високі ціни на блоки вищого ґатунку

спостерігалися у південно-східних регіонах країни, де сконцентровані потужності основних м'ясопереробних підприємств.

Незважаючи на відсутність пропозиції імпортової яловичини, стабільний попит спостерігається лише на блоки вищого ґатунку. Яловичина завозилася в мінімальних кількостях, і, як правило, субпродукти або триммінг. Даний чинник став основним при формуванні цін на блоки другого ґатунку. Скорочення обсягів виробництва ковбас у першому півріччі 2010 р. вплинуло на більш низький рівень цін на блоки другого ґатунку. Так, якщо в 2009 р. ціни досягали 29 грн/кг, то у першому півріччі 2010 р. підприємствам складно було реалізувати цей товар по 25–26 грн/кг.

Поступове зростання цін на основні види сільськогосподарської продукції у 2010 та першій половині 2011 рр. зумовлено скороченням пропозиції аграрної продукції, зростанням цін на промислову продукцію, що споживається в сільському господарстві, а також збільшенням попиту на аграрну сировину на світових ринках. За підсумками 2010 р. індекс цін реалізації сільськогосподарської продукції перевищив індекс цін на промислові товари і послуги, спожиті у сільському господарстві, на 14,5 в.п. У 2010 р. для цін на тварини живою вагою була характерна більш різка динаміка, ніж для цін на готові м'ясні вироби. Загалом, протягом січня-травня 2011 р. ціни на худобу та птицю зросли у середньому на 1% порівняно з середнім рівнем цін 2010 р. (за підсумками 2010 р. зростання становило 4%). За станом на 1 травня 2011 р. середня закупівельна ціна на велику рогату худобу (в т. ч. ПДВ), реалізовану сільськогосподарськими підприємствами по всіх каналах становила 11332 грн за т живої ваги, порівняно з відповідним періодом 2010 р. вартість однієї тонни живої ваги великої рогатої худоби збільшилась на 2294 грн (25,4%).

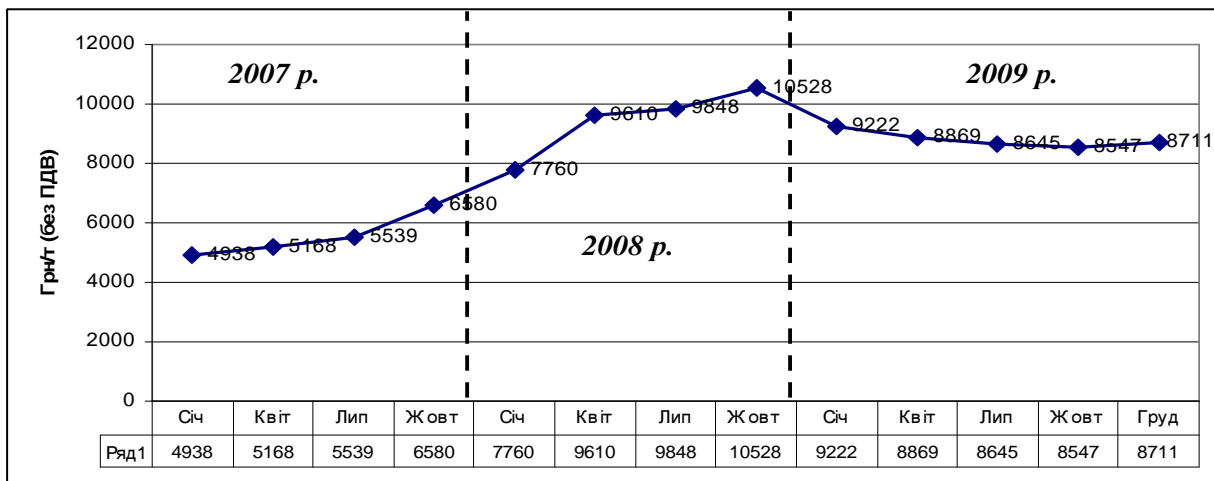


Рис. 2. Динаміка середніх цін реалізації великої рогатої худоби у живій вазі сільськогосподарськими підприємствами, грн/т (без ПДВ)

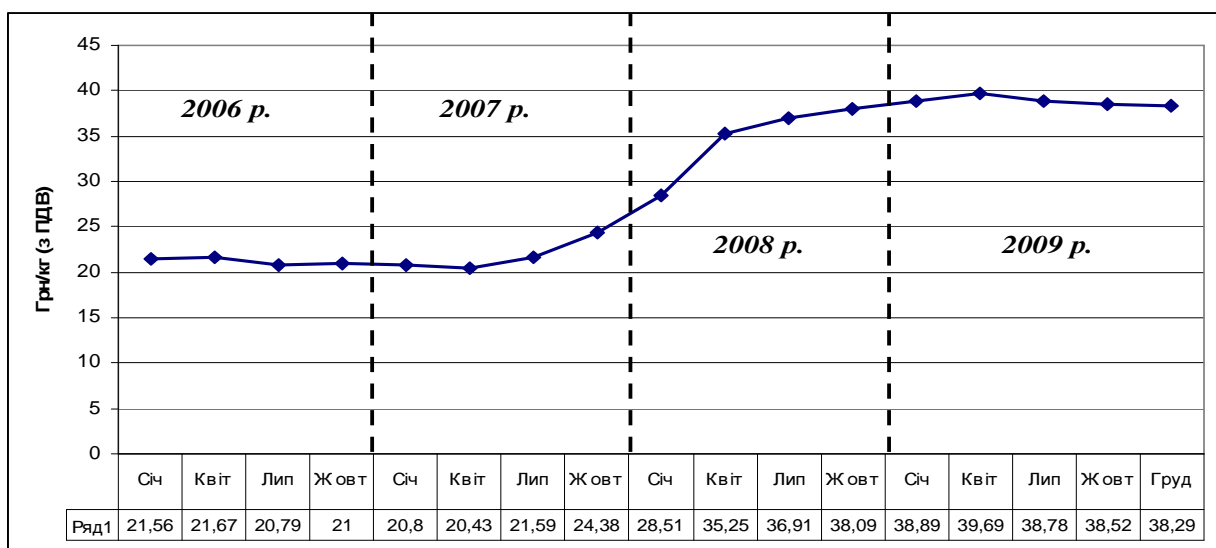


Рис. 3. Динаміка споживчих цін на яловичину

Рівняння регресії, яке описує динаміку зміни середніх цін реалізації великої рогатої худоби у живій вазі сільськогосподарськими підприємствами, грн./т (без ПДВ) має вигляд: $y = 5,820x^4 - 156,2x^3 + 1314,0x^2 - 3192,0x + 7100$, а прогнозне значення із достовірністю 97% становить 10280,17 грн/т, в той час, як прогнозне значення динаміки споживчих цін на яловичину із достовірністю 96,4% становить 30,79, що визначено із рівняння моделі динаміки $y = -0,031x^3 + 0,849x^2 - 4,897x + 27,32$.

Аналіз цінової конкурентоспроможності вітчизняної яловичини проведемо за станом на вересень 2010 р. У вересні 2010 р. Україна імпортувала незначну кількість (1,7 т) охолодженої яловичини із США та 377 т мороженої яловичини з Бразилії (обвалені відруби) за митною вартістю 2192 дол. США за т, що становить 17339 грн за т (за середнім офіційним курсом гривні до долара США, що становив у вересні 2010 р. 7,9 грн). До відрубів обвалених включають всі відруби яловичини, з яких видалені всі кістки, наприклад філе без кісток. Після врахування ввізного мита (15%) та ПДВ вартість імпорту становить 23,92 грн/кг, а за умови мінімальної (5-ти відсоткової) рентабельності імпорту – 25,12 грн/кг. Що стосується ціни на яловичину вітчизняного виробництва, то у вересні 2010 р. відбулося її підвищення на 3–5 грн у результаті зростання витрат на відгодівлю, насамперед витрат на зерно. Крім того, чинником зростання цін стала відсутність конкуренції з імпортом, який відбувається у незначній відносно власного виробництва кількості. У вересні 2010 р. ціни пропозиції мороженого м'яса великої рогатої худоби (напівтуш) становили 26000–29500 грн/т, а ціни блочної яловичини глибокої заморозки – 38000–39000 грн/т [6, с. 22–23].

За умови мінімальної 5% рентабельності імпорту морожена яловичина вітчизняного виробництва програє цінову конкуренцію імпортованій з Бразилії. Розрахункова мінімальна ціна останньої становить 25125 грн/т, що менше, ніж ціна вітчизняних виробників. Отже, морожена яловичина вітчизняного виробництва програє цінову конкуренцію імпортованій з Бразилії. Конкурентні позиції виробників яловичини на ринку утримуються тільки за рахунок специфіки споживчого попиту. З одного боку, м'ясо великої рогатої худоби перебуває у більш дорогому ціновому сегменті, ніж м'ясо курей та свинина, тому користується обмеженим попитом. З іншого боку, споживач надає перевагу свіжому та охолодженому м'ясу [6, с. 23].

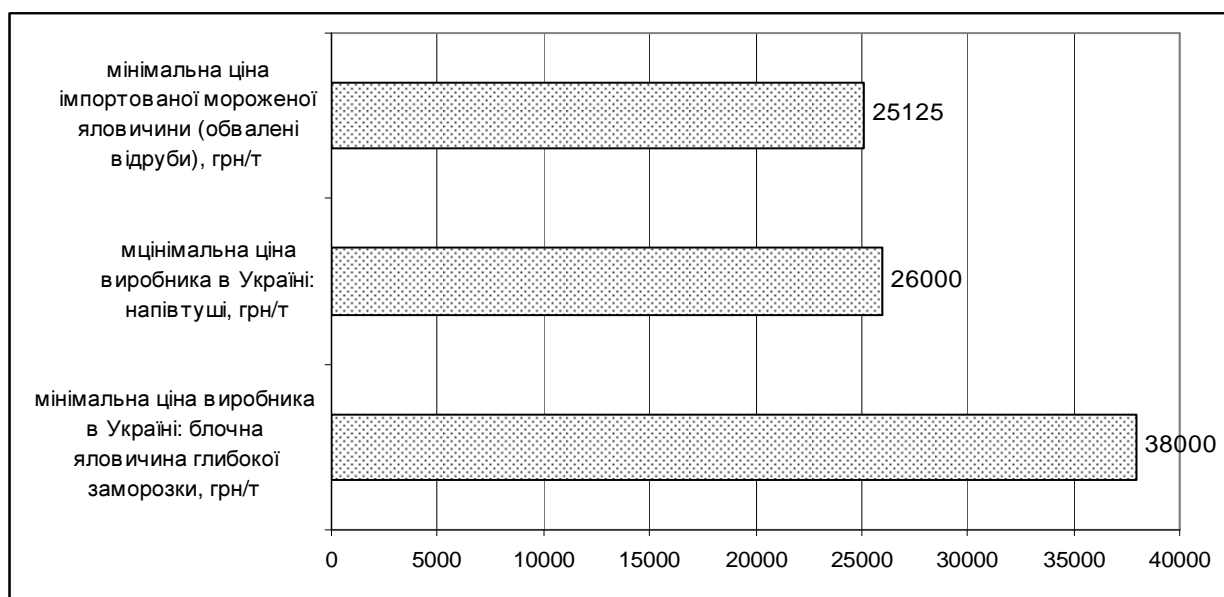


Рис. 4. Цінова конкурентоспроможність яловичини вітчизняного виробництва на внутрішньому ринку, вересень 2010 р. [6]

Т. О. Осташко зазначає, що після вступу України до СОТ не спостерігається тенденції до зростання імпорту яловичини та телятини, проте обсяги внутрішнього виробництва постійно зменшуються, причому тенденція зменшення обсягів виробництва триває з 90-х рр. Відношення обсягів імпорту до обсягів внутрішнього виробництва за два роки після вступу країни до СОТ перебувало в межах 3–8%, тоді як протягом двох років, що передували вступу до СОТ, – 3–7%. Отже, вплив від вступу країни до СОТ на галузь, що виробляє м'ясо великої рогатої худоби, не вважається критичним [6, с.25].

В 2009 р. експорт яловичини з України скоротився в 3 рази, (з 56,2 тис. т в 2005 р. до 18,9 тис. т в 2009 р) (рис. 5). Варто зазначити, що при відповідній ціновій кон'юктурі на світовому та внутрішньому ринках експорт може значно зрости. Практично увесь обсяг яловичини експортується в Росію.

Зокрема, українських виробників яловичини європейський ринок приваблює насамперед своєю платоспроможністю і стабільним попитом. Для експорту м'яса великої рогатої худоби в ЄС необхідно мати сертифікацію системи HACCP (вимоги міжнародної системи з безпеки продуктів харчування).

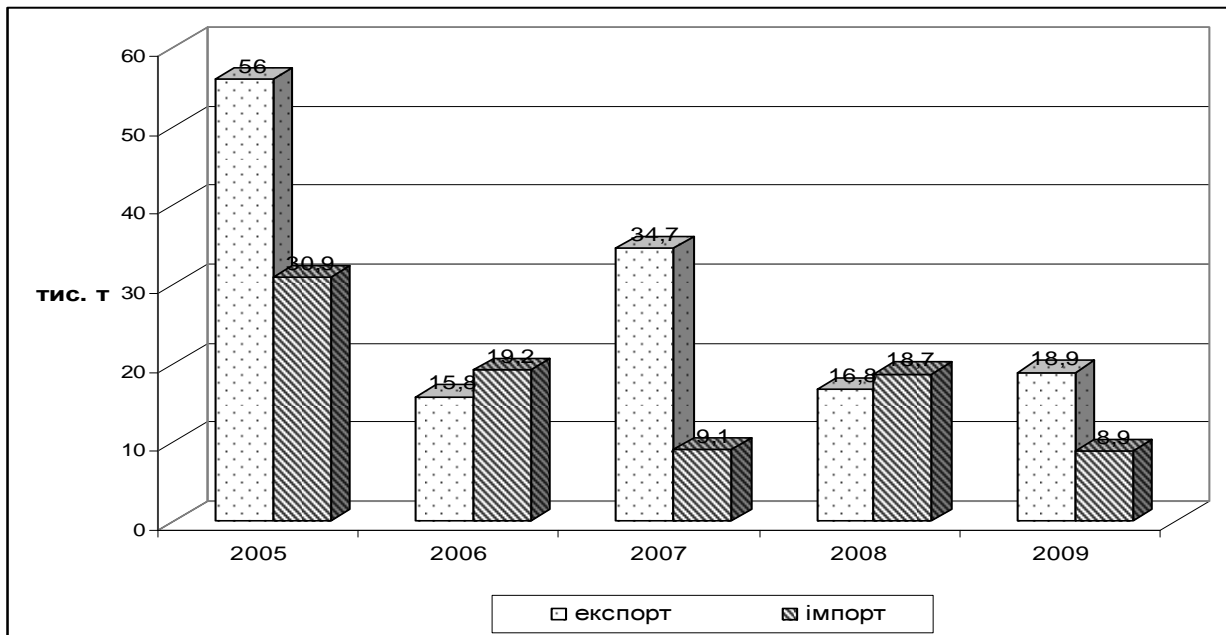


Рис. 5. Експорт та імпорт яловичини

ЄС зацікавлений в українській яловичині, оскільки вона буде конкурентоспроможна на ринках країн ЄС із двох причин. По-перше, у Євросоюзі є нестача пропозиції яловичини. По-друге, українська яловичина – це чиста біологічна продукція, яка в країнах ЄС користується підвищеним попитом. На європейському ринку українській яловичині доведеться конкурувати з такими "м'ясними гігантами", як США і країни Південної Америки, проте внаслідок невисокої вартості вітчизняного м'яса великої рогатої худоби Україна може подолати цю проблему. Порівняльний аналіз вартості тільки однієї з позицій – охолодженої безкісткової яловичини, яку поставляють на європейський ринок Аргентина, Уругвай, Бразилія, США, дає змогу прогнозувати непогані перспективи експорту української продукції до Європи [18, с. 91].

У 2008 р. частка імпортованого м'яса становила 23%, в 2009 р. – 19%, а в 2010 р. вже 16%. Рівень споживання м'яса населенням за підсумками 2010 р. становив 52 кг на одну особу (фізіологічна норма – близько 80 кг на одну особу), що на 6,6% вище минулорічного показника (+62% порівняно з 2000 р.), у т. ч. яловичини – 9,3 кг.

У 2008 р. середня ціна імпорту становила 9,1 EUR за 1 кг, тоді як розрахункова ціна української яловичини – 4,36 EUR за 1 кг, а в зв'язку з девальвацією гривні в 2009 р. – 3,2 EUR за 1 кг [4, с. 5].

Водночас, у 2009 р. в Україну з Польщі завезли здебільшого низькосортну м'ясну продукцію. Наприклад, з імпортованих 16507,2 т яловичини лише 106 т становило якісне м'ясо: туші, напівтуші та чверті. Решта була другосортною сировиною – м'ясом блочним, тримінгом і субпродуктами.

Через цінові перепади на внутрішньому ринку і цінову кон'юнктуру на зовнішніх ринках ми маємо парадоксальну ситуацію – збільшення обсягів імпорту дешевої сировини, і при великому дефіциті яловичини на внутрішньому ринку – збільшення експорту якісної сировини. Така ситуація потребує державного втручання, щоб не допустити того, що український ринок стане збутом всякого непотребу, а український народ – його споживачем.

Сьогодні основними ризиками у м'ясній галузі є високий рівень конкуренції, відчутний дефіцит сировини, а також значна залежність рівня цін, з одного боку, від ситуації на ринках сільськогосподарської продукції, а з іншого – від рівня купівельної платоспроможності населення. Зазначені ризики певною мірою нівелюються формуванням вертикально-інтегрованих об'єднань.

Збереженню наявних позитивних тенденцій у тваринництві та виробництві м'яса в Україні сприятиме збалансованість цін у галузі (від кормів до готових м'ясопродуктів), відносно стабільний попит на продукцію з боку населення, поживлення у сфері кредитування реального сектору, державна підтримка галузі. У довгостроковій перспективі ймовірно відновлення напряму розведення великої рогатої худоби через дефіцит сировини на молочному ринку, що позначиться й на обсягах виробництва яловичини та телятини.

Вихід на нові ринку збуту дасть змогу українським виробникам м'яса збільшити обсяги виробництва та підвищити ефективність діяльності. Проте через відсутність фінансування державної програми моніторингу залишків ветеринарних препаратів та забруднюючих речовин у тваринницькій продукції дозволи на ввіз продукції в країни СНД та ЄС практично не видаються.

Головне завдання Уряду – доведення виробництва яловичини до рівня, який забезпечує фізіологічні норми споживання та можливість їхнього експорту. З огляду на наявні можливості потрібно сформулювати орієнтовну структуру виробництва м'яса за видами тварин: яловичина – 25%, свинина – 40%, птиця – 33%, інші види – 2%, а також збільшити обсяги інвестицій у галузь тваринництва та досягти рівня рентабельності вирощування великої рогатої худоби не менше 5%.

Негативна ситуація, яка складається в сільськогосподарському виробництві, обумовлена насамперед соціально-економічними причинами. Основним показником конкурентоспроможності сільськогосподарського підприємства є рентабельність. Рентабельність – це прибутковість на одиницю використаного ресурсу.

В ході дослідження було проведено групування сільськогосподарських підприємств, які займаються м'ясним скотарством за показником рентабельності виробництва яловичини, головною ознакою яких є середньодобовий приріст маси тварин більше 700 г. (табл. 4).

Таблиця 4

Групування сільськогосподарських підприємств за рівнем рентабельності (збитковості) у середньому за 2007–2009 рр.*

Показники	Групи господарств за рівнем рентабельності					
	– 50–40	–39–20	–19–1	0–20	21–40	понад 40
Кількість господарств	9	21	64	184	92	33
Рентабельність (збитковість), %	–44,6	–28,4	–10,2	15,3	33,8	48,5

* господарства із середньодобовим приростом маси тварин понад 700 г

Найбільша частина підприємств входять у четверту і п'яту групи (їхня рентабельність позитивна і становить від 0 до 20%, від 21 до 40%), в цю групу входять 276 підприємств. 33 підприємства є високорентабельними (більше 40%).

Для аналізу конкурентної позиції господарств ми розділили їх на три групи: слабкі, середні і сильні господарства. До групи слабких були віднесені господарства, що мали середньодобовий приріст маси тварин на вирощуванні і відгодівлі до 700 г.

До групи середніх господарств належали ті підприємства, що мали середньодобовий приріст маси тварин на вирощуванні і відгодівлі від 701 до 900 г.

До групи сильних увійшли підприємства, що мають найвищий рівень середньодобового приросту живої маси тварин на вирощуванні і відгодівлі більше 900 г.

Для більш повної оцінки рівня конкурентоспроможності підприємств були введені два показники, які розраховуються за такою формулою:

$$\text{Квідн} = \text{Пкон} / \text{СЗС}, \quad (1)$$

де Квідн – індекс відносної конкурентоспроможності;

Пкон – значення показника середньодобового приросту маси тварин по конкретного господарства;

Псер – середнє значення показника середньодобового приросту маси тварин за сукупністю господарств.

$$\text{КПК} = \text{Пкон} / \text{Псупер}, \quad (2)$$

де КПК – індекс позиційної конкурентоспроможності;

Псупер – значення показника за кращим господарством в їхній сукупності.

У першому випадку індекс показує конкурентне становище щодо групових позицій, у другому – щодо ринкового лідера.

Введення коефіцієнтів дає змогу ранжувати будь-яку сукупність сільськогосподарських підприємств за будь-якою системою показників і більш чітко визначити їхні конкурентні позиції.

Зведене групування конкурентних позицій господарств дає змогу зазначити, що група слабких має значення коефіцієнта відносної конкурентоспроможності від 0,49 до 0,75, значення коефіцієнта позиційної конкурентоспроможності – до 0,60; група середніх господарств – від 0,76 до 1,00 і від 0,59 до 0,80, відповідно; група сильних – понад 1,00 і від 0,81 до 1,00 відповідно (табл. 5).

Відповідно до отриманих даних усі області України можна поділити на три категорії з конкурентоспроможності м'ясного скотарства:

1) слабо конкурентні області (Закарпатська, Запорізька, Миколаївська, Одеська, Рівненська, Сумська, Херсонська – Квідн = 0,53 – 0,75; КПК = 0,44 – 0,59);

2) середньо конкурентні області (Волинська, Дніпропетровська, Донецька, Житомирська, Івано-Франківська, Кіровоградська, Луганська, Тернопільська, Харківська, Хмельницька, Чернівецька, Чернігівська – Квідн = 0,76 – 1,00; КПК = 0,60 – 0,79);

4) висококонкурентні області (АР Крим, Вінницька, Київська, Львівська, Полтавська, Черкаська – Квідн = понад 1,00; КПК = 0,81 – 0,98).

Таблиця 5

Зведене групування сільськогосподарських підприємств з виробництва яловичини за показниками конкурентоспроможності у 2009 р.

Показник	Конкурентна позиція		
	Слабка	Середня	Сильна
Квідн	0,49–0,75	0,76–1,00	понад 1,00
КПК	0,39–0,60	0,59–0,80	0,81–1,00
Кількість господарств	79	218	103
Питома вага, %	19,7	54,5	25,8

У кожній із виявлених конкурентоспроможних категорій областей необхідні свої організаційно-економічні заходи щодо вирішення розвитку виробничого потенціалу підприємств м'ясного скотарства, їхнього удосконалення та планування стратегій на перспективу.

Ми виявили напрями, за якими сільськогосподарським підприємствам необхідно збільшувати конкурентні переваги: концентрація та інтенсивність виробництва; спеціалізація і кооперація, організація внутрішньогосподарських відносин; організаційно-економічна і технологічна забезпеченість господарської діяльності тощо.

З метою комплексного аналізу конкурентоспроможності галузі м'ясного скотарства використовують велику кількість різноманітних методів і прийомів. На наш погляд, доцільно виокремити ті, які зможуть дати комплексну оцінку стану і тенденцій розвитку галузі.

Основною ознакою, за якою потрібно визначати тип ринку, є рівень концентрації, який можна оцінити з огляду на кількість фірм на ринку та їхньої частки. Рівень концентрації оцінюється за допомогою індексу Герфіндаля-Гіршмана, індексу Холла-Тайдмана, коефіцієнта відносної концентрації, коефіцієнта ентропії, дисперсії логарифмів ринкових часток, коефіцієнта Джині, коефіцієнта концентрації. Ми розрахували конкурентоспроможність ринку яловичини, результати яких відображено у табл. 6.

Таблиця 6

Показники концентрації й інтенсивності конкуренції ринку яловичини

Показник	Рік				
	2005	2006	2007	2008	2009
Число підприємств на ринку, одиниць	604	586	512	408	333
Коефіцієнт концентрації для трьох найбільших продавців (CR-3)	13	12	12	21	16
Коефіцієнт концентрації для трьох найбільших продавців (CR-4)	15	16	15	24	20
Коефіцієнт концентрації для шести найбільших продавців (CR-6)	19	21	20	29	27
Коефіцієнт концентрації для десяти найбільших продавців (CR-10)	33	32	38	38	39
Коефіцієнт концентрації для п'ятнадцяти найбільших продавців (CR-15)	55	54	53	58	49
Індекс Герфіндаля-Гіршмана (НИ)	875	912	987	1033	1255
Індекс Холла-Тайдмана	0,18	0,18	0,15	0,14	0,18
Коефіцієнт ентропії	0,047	0,051	0,053	0,041	0,032
Коефіцієнт відносної концентрації	44	46	47	40	35
Дисперсія логарифмів ринкових часток	0,72	0,83	0,74	0,81	0,85
Коефіцієнт Джині	0,03	0,08	0,14	0,23	0,31

За усіма показниками, що вимірюють концентрацію, ринок яловичини є неконцентрованим, висококонкурентним з відсутністю чітко виражених лідерів. Кількість підприємств на ринку, що займаються виробництвом яловичини, за останні п'ять років скоротилася на 55%, при цьому значення коефіцієнта концентрації, індексу Герфіндаля-Гіршмана, індексу Хола Герфіндаля-Тайдмана, коефіцієнта відносної концентрації, коефіцієнта ентропії, дисперсії логарифмів ринкових часток і коефіцієнта Джині коливалися у доволі незначному інтервалі, що вказує на несуттєвий вплив зменшення основних виробників яловичини на ринку України. Отже, залежно від територіальної приналежності ринок яловичини є конкурентним.

Висновки з проведеного дослідження. Конкуренція як категорія визначається через призму основних складових форм економічного закону, як сукупність відносин суб'єктів підприємництва з приводу реалізації їхніх інтересів у результаті виробничо-господарської і комерційної діяльності, в

основу якої покладено об'єктивні закономірності та головні принципи функціонування сучасних економічних систем, що базуються на поліпшенні якості, прискоренні інноваційного прогресу.

Конкурентоспроможність галузі м'ясного скотарства можливо забезпечити на основі комплексної побудови стратегії її розвитку з послідовним втіленням тактичних дій і рішень, що будуть реалізовані за допомогою таких важливих чинників: природно-кліматичних, виробничо-господарських умов, рівня фінансово-економічних відносин між суб'єктами господарювання, плеїнної справи, стану кормовиробництва, створення залужених і природних пасовищ, інтенсивності вирощування і відгодівлі, державного регулювання й підтримки тощо. Розширення спеціалізованої галузі м'ясного скотарства дасть змогу ефективно використовувати ресурси сільських територій країни для задоволення потреби населення у робочих місцях і м'ясі яловичини.

Дослідження показали, що економічна ефективність м'ясного скотарства, його конкурентоспроможність за регіонами України має суттєві відмінності. Так, за рівнем конкурентоспроможності м'ясного скотарства усі області країни можна поділити на три групи, а саме:

– перша – низький рівень конкурентоспроможності (Закарпатська, Запорізька, Миколаївська, Одеська, Рівненська, Сумська, Херсонська області);

– друга – середній рівень конкурентоспроможності (Волинська, Дніпропетровська, Донецька, Житомирська, Івано-Франківська, Кіровоградська, Луганська, Тернопільська, Харківська, Хмельницька, Чернівецька, Чернігівська області);

– третя – висококонкурентні регіони (АР Крим, Вінницька, Київська, Львівська, Полтавська, Черкаська області).

Метою стратегії розвитку галузі м'ясного скотарства України у довгостроковій перспективі є формування ефективного і стабільного виробництва якісного м'яса яловичини, що гарантуватиме продовольчу безпеку країни, насичення ринку доступними для всіх верств населення м'ясними продуктами харчування. Для її реалізації потрібно прискорити відродження галузі м'ясного скотарства і на цій основі зменшити імпорт м'яса яловичини при поступовому підвищенні споживання рекомендованих норм харчування на одну особу населення. Стратегія розвитку галузі м'ясного скотарства України у національному вимірі має відбуватися на основі підвищення конкурентоспроможності, збільшення обсягу та поліпшення якості м'ясної продукції.

Бібліографічний список

1. Азоев Г. Л. Конкурентные преимущества фирмы / Г. Л. Азоев, А. П. Челенков. – М. : ОАО "Типография "Новости", 2000. – 256 с.
2. Азоев Г. Л. Конкуренция: Анализ, стратегия и практика / Г. Л. Азоев. – М. : Центр экономики и маркетинга, 1996. – 208 с.
3. Витрати та ефективність виробництва продукції в сільськогосподарських підприємствах (моніторинг) / [Ю. П. Воскобійник, О. Г. Шпикуляк, А. В. Тіней та ін.]; за ред. Ю. П. Воскобійника, О. Г. Шпикуляка. – К. : ННЦ ІАЕ, 2010. – 343 с.
4. Гадай А. Передвибірні очікування українських експортерів / А. Гадай // День. – 2009. – № 224.
5. М'ясопродукти: обзор рынка [Електронний ресурс] // [Аграрная Неделя. – 2010. – № 17.](http://www.agroperspectiva.com/ru/analytics/2823) – Режим доступа : <http://www.agroperspectiva.com/ru/analytics/2823>.
6. Осташко Т. О. Аналіз впливу виконання Україною зобов'язань перед СОТ на окремі галузі сільського господарства: м'ясне скотарство / Т. О. Осташко // Бюлетень Інституту розвитку аграрних ринків. – 2011. – Вип. № 39 (28). – С. 22–25.
7. Портер М. Международная конкуренция / М. Портер. – М. : Международные отношения, 1999. – 838 с.
8. Портер М. Стратегії конкуренції: Методика аналізу галузей і діяльності конкурентів / М. Портер [пер. с англ. А. Олійник, Р. Скільський]. – К. : Основи, 1998. – 264 с.
9. Поточна кон'юнктура і прогноз ринків сільськогосподарської продукції та продовольства в Україні на 2008/09 маркетинговий рік. Вип. 20. / за ред. О. М. Шпичака. – К. : ННЦ "ІАЕ", 2008. – 170 с.
10. Святківская Е. Скота на мясо становится все меньше / Е. Святківская [Електронний ресурс]. – Режим доступа : <http://biz.liga.net/news/E1101866.html>.
11. Святківська Є. На ринок м'яса знову очікують зміни / Є. Святківська // Пропозиція. – 2009. – № 2. – С. 38–40.
12. Сільське господарство України за 2009 рік. Статистичний збірник / [За ред. Ю. М. Остапчука]. – К. : Державний комітет статистики України, 2010. – 376 с.
13. Стельмащук А. М. Становлення сталого розвитку тваринницькопродуктового комплексу / А. М. Стельмащук // Інноваційна економіка. – 2010. – № 5. – С. 57–62.
14. Тарнавська Н. П. Управління конкурентоспроможністю підприємств: теорія, методологія, практика / Н. П. Тарнавська. – Тернопіль : Економічна думка, 2008. – 570 с.
15. Фасхiev Х. А. Как измерить конкурентоспособность предприятия? / Х. А. Фасхiev, Е. В. Попова // Маркетинг в России и за рубежом. – 2003. – № 4 (36). – С. 53–68.

16. Фатхудинов Р. А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление / Р. А. Фатхудинов. – М. : ИНФРА-М, 2000. – 312 с.
17. Фатхудинов Р. А. Конкурентоспособность организации в условиях кризиса: экономика, маркетинг, менеджмент / Р. А. Фатхудинов. – М. : Маркетинг, 2002. – 892 с.
18. Чухрай Н. І. Проблеми виходу українських підприємств на європейський ринок / Н. І. Чухрай, Л. Є. Сухомлин // Вісник Національного університету "Львівська політехніка". – Серія: Проблеми економіки та управління. – 2010. – № 684. – С. 90–95.
19. Ansoff I. H. Implanting strategies management / I. H. Ansoff. – New York : Prentice Hall International, 1984. – 818 p.
20. Field T. Beef production management and decisions / Tom G. Field. – Prentice Hall, 2006. – 682 p.

Анотація

У статті розглянуто і дано оцінку конкурентоспроможності ринку яловичини. Аналіз конкурентоспроможності ринку проведено різноманітними методами, що дало змогу охопити усі аспекти його діяльності.

Ключові слова: м'ясне скотарство, яловичина, конкурентні позиції, конкурентоспроможність, методи конкурентоспроможності.

Аннотация

В статье рассмотрены и дана оценка конкурентоспособности рынка говядины. Анализ конкурентоспособности рынка проведено различными методами, что позволило охватить все аспекты его деятельности.

Ключевые слова: мясное скотоводство, говядина, конкурентные позиции, конкурентоспособность, методы конкурентоспособности.

Annotation

The article deals with this assessment and market competitiveness of beef. Analysis of the competitiveness of the market held a variety of methods, allowing us to cover all aspects of its activities.

Key words: beef cattle, beef, competitive position, competitiveness, competitiveness methods.

УДК 339.138

**Гречаник Н.Ю.,
к.е.н., доцент кафедри менеджменту і маркетингу,
Прикарпатського національного університету
імені Василя Стефаника**

МАРКЕТИНГОВІ АСПЕКТИ ВИРОБНИЦТВА ПРОДУКЦІЇ ДИТЯЧОГО ХАРЧУВАННЯ

Постановка проблеми. Значення розвитку підприємств дитячого харчування в Україні обумовлене підвищенням рівня народжуваності, незадоволеною потребою в продуктах дитячого харчування при тенденції зростання попиту на них та інтервенцією іноземних виробників.

В зв'язку з цим виникає необхідність пошуку можливих форм та напрямів розвитку підприємств галузі дитячого харчування в розрізі окремих сегментів ринку. Проблема забезпечення грудних дітей та дітей раннього віку високоякісним дитячим харчуванням завжди є актуальна і пов'язана з таким стратегічним напрямом, як збереження здоров'я української нації.

Існуюча в Україні державна політика в недостатній мірі стимулює розвиток підприємств-виробників дитячого харчування і не забезпечує комплексної системи управління та підтримки підприємств галузі.

Аналіз основних джерел дослідження та публікацій. Науково-теоретичну основу для проведення маркетингових досліджень заклали у своїх працях такі видатні західні вчені, як Котлер Ф., Портер М., Ламбен Жан-Жак, а також такі вітчизняні вчені, як Гаркавенко С.С., Солов'йов І.А., Старостіна А.О. та ін. За роки незалежності проблема розвитку галузі дитячого харчування знайшла своє відображення в роботах таких науковців, як: Говорушко Т.А., Юрик Я.І., Яцунь О.М. Роботи були присвячені проблемам визначення потреби в продуктах дитячого