

СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РИНКУ КОВБАСНИХ ВИРОБІВ В УКРАЇНІ

У статті розглянуто основні тенденції розвитку ринку ковбасних виробів в Україні, проаналізовано фактори, що безпосередньо впливають на стан ринку даної продукції, окреслено основні проблеми і перспективи подальшого розвитку виробництва і збуту ковбасних виробів.

В статье рассмотрены основные тенденции развития рынка колбасных изделий в Украине, проанализированы факторы, непосредственно влияющие на состояние рынка данной продукции, обозначены основные проблемы и перспективы дальнейшего развития производства и сбыта колбасных изделий.

In the article the main market trends sausages in Ukraine, analyzes the factors that directly affect the state of the market of these products, the main problems and prospects of development of production and sales of sausages.

Ключові слова: ринок, сировина, асортимент, м'ясопродукти, ковбасні вироби, виробництво, імпорт, експорт, структура споживання.

М'ясна галузь – це одна з найважливіших та найбільших галузей у структурі харчової промисловості та продовольчої безпеки України. Забезпечення раціону харчування якісною та доступною продукцією тваринного походження, зокрема м'ясом, на сьогодні є пріоритетним завданням державної політики. Основне завдання галузі – комплексна переробка худоби та птиці.

Сегмент виробництва ковбасних виробів є одним з провідних у м'ясній промисловості України. Його частка складає 14,5% від загального обсягу всієї продукції м'ясопереробної галузі і 30% від загального обсягу готової м'ясної продукції. Ковбасна продукція знаходиться на четвертому місці в шкалі продуктів, що користуються постійним попитом у населення, поступаючись молочним продуктам, фруктам та овочам і хлібобулочним виробам. Рівень споживання ковбасних виробів є свого роду індикатором добробуту нації.

Український ринок м'ясних та ковбасних виробів відрізняється низкою особливостей. Ринок майже досяг свого насичення, жорстка конкуренція визначає асортимент, якість та регулює цінову політику. Певний надлишок ковбасних виробів у магазинах великих торгових роздрібних мереж примушує виробників випускати брендovanі продукти високої якості, шукати нові ніші та створювати інноваційну продукцію. Специфікою ринку м'ясних виробів є його залежність від сировини.

До 2009 року обсяг виробництва м'яса зростав за рахунок м'яса птиці, при цьому виробництво яловичини та свинини, що переважно використовується у виробництві ковбасних виробів, скорочувалось. Ця тенденція збереглася і в 2011 р. Водночас, спадає обсяг імпортованого м'яса. Так, виробництво м'яса у 2010 р. склало 1000 тис. т, що дещо більше, ніж у 2008-2009 роках (992 та 921 тис.т). Імпорт м'яса у 2010 р. є нижчим ніж у 2008 р. та 2009 р. (454 та 343 тис. тон) і складає 266 тис. тон [1, с. 1, 8, с. 26] (рис. 1).

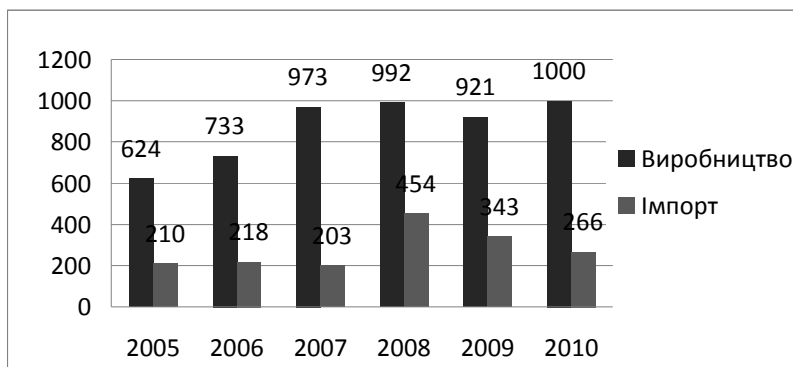


Рис. 1. Виробництво та імпорт основних видів м'яса протягом 2005-2010 років

Однією з основних тенденцій останніх років, що визначає стан ринку м'ясопродуктів, є зменшення у всіх категоріях господарств поголів'я великої рогатої худоби при одночасному збільшенні поголів'я свиней та птиці. Виробництво м'яса всіх видів у забійній вазі зменшилось на 0,1%, в тому числі у сільгосп підприємствах – зросло на 4,4%, у господарствах населення – зменшилось на 4,8% [2, с. 22].

Починаючи з 2007 року поголів'я великої рогатої худоби зменшувалось щороку. У 2006 р. була зафіксована чисельність ВРХ 6175,4 тис. голів, у 2010 р. – 4826,7 тис. голів. Протягом 2011 року зберігалася негативна тенденція скорочення поголів'я ВРХ у господарствах усіх категорій. Станом на липень 2011 року нараховувалося 5 247 тис. голів ВРХ, що на 4,5% менше порівняно з відповідним періодом 2010 року. Подібна ситуація склалася і для поголів'я свиней, слід лише зазначити, що чисельність його почала збільшуватись із 2010 р. і у 2011 р. ця тенденція збереглась. Проте вітчизняне тваринництво поступово збільшує рівень забезпеченості України м'ясом. Так, у 2009 році частка імпортованого м'яса складала 23%, в 2010 – 19%, а в 2011 – вже 16% [8, с.28].

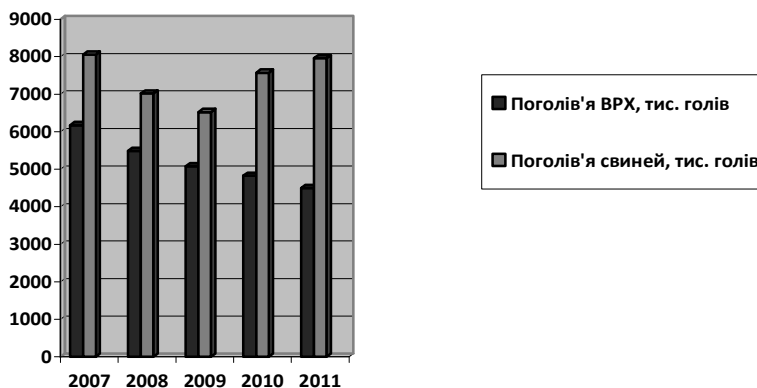


Рис. 2. Чисельність поголів'я худоби протягом 2007-2011 років

Поголів'я птиці за вказаний період стабільно збільшувалось із кожним роком і зросло з 167 до 191 млн. голів (13%) (рис. 3). Але, на жаль, можливості використання продукції птахівництва для ковбасної промисловості обмежені. За регіонами найбільшу чисельність поголів'я ВРХ складає у Вінницькій та Львівській областях, свиней – Дніпропетровській, Донецькій та Київській областях, птиці – Черкаській, Київській, Дніпропетровській областях [3, с.1].

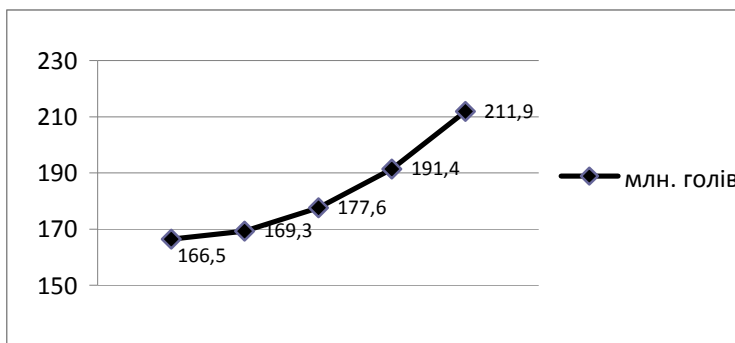


Рис. 3. Динаміка поголів'я птиці протягом 2007-2011 років

Зниження кількості сировини призвело до того, що в Україні протягом останніх кількох років спостерігається зниження виробництва м'ясних та ковбасних виробів. Порівняно із 2007-2009 роками, коли виробництво ковбасних виробів складало 301-335 тис. т, у 2010 році ця цифра становила лише 272 тис. т, що майже дорівнює показникам 2003 р (271 тис. т) [4, с.1] (рис. 4). За даними Держкомстату України, в перші місяці 2011 р. ринок м'ясних виробів та ковбас показав скорочення обсягів виробництва. Але вже в січні-листопаді 2011 р. було вироблено 246 тис. тон ковбасних виробів. Це на 2,9% більше, ніж за аналогічний період 2010 р.

Виробництво ковбасних виробів на одну особу зменшилось із 7,3 кг у 2009 р. до 5,9 кг у 2010 р. [5, с. 156].

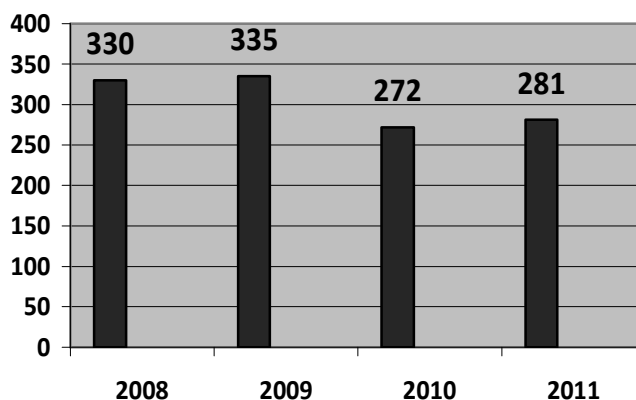


Рис. 4. Виробництво ковбасних виробів в Україні протягом 2008-2011 років

Ринок ковбасних виробів України відрізняється слабкою консолідацією, рівень конкуренції серед м'ясопереробних підприємств дуже високий. Для підвищення конкурентоспроможності, а також через значне коливання цін на сировину, ключові м'ясопереробні підприємства намагаються створити повний цикл виробництва з налагодженими каналами постачання сировини і власними тваринницькими підрозділами. У зв'язку зі специфікою даного виду продукції збут м'ясних виробів обмежується місцем, де знаходиться підприємство-виробник, та прилеглими регіонами. Для доставки ковбасних і м'ясних виробів у віддалені райони необхідна спеціально обладнана техніка. Тому виробниками брендів національного масштабу на ринку ковбасних виробів стають лише великі компанії.

Загалом, ринок ковбасних виробів достатньо диверсифікований, і на одного виробника припадає не більше 7% ринку. Загальне число виробників ковбасної продукції складає близько 600, причому влітку їх кількість дещо зменшується у зв'язку зі зникненням з ринку дрібних виробників, що не мають холодильного обладнання для зберігання готової продукції. Серед найбільших виробників слід відзначити ООО «Глобинський м'ясокомбінат», ЧАО «Горлівський м'ясокомбінат», ООО «М'ясна фабрика «Фаворит», ООО «М'ясокомбінат «Ювілейний», ОАО «М'ясокомбінат «Ятрань», ООО «СМП», ЗАО «Луганський м'ясокомбінат», ООО «Ідекс», ЗАО «Київський м'ясопереробний завод», «Русанівський м'ясокомбінат», ОАО «Кременчукм'ясо», МПЗ «Колос», ООО «Європродукт», ОАО «Тернопільський м'ясокомбінат» та інші [6, с.2]. Кожен із виробників, випускаючи весь асортимент ковбасних виробів, займає лідируючі позиції по різних групах товарів. Виробництво ковбасних виробів, зокрема варених ковбас, характеризується високою рентабельністю, що досягається за рахунок використання різних рецептів та регулювання якісних показників. У період кризи постраждали в основному дрібні виробники, а багатьом крупним вдалось наростити обсяги виробництва. Найбільш успішними при цьому виявились виробники м'ясних та ковбасних виробів, що почали ще до кризи формувати вертикально інтегрований ланцюг – від вирощування худоби до реалізації готових виробів.

Щодо імпорту, то варто зазначити, що постачальниками ковбасних виробів в Україну виступають підприємства Росії, Прибалтики, деяких європейських країн. Активним імпортером є Білорусія. Експерти прогнозують подальше зростання імпорту. Це зумовлено кількома факторами. По-перше, вітчизняний виробник залежить від імпортової сировини, що, безумовно, позначається на ціні продукції. По-друге, якість української продукції не завжди відповідає вимогам споживачів [4, с.2].

У 2010 р. найбільше було виготовлено варених ковбас, сосисок, сардельок – 178 тис. тон, найменше – ліверних (5,6 тис. тон) (рис. 5) [5, с.189].

У 2010 р. було вироблено на 2,6% більше ковбасних виробів, ніж у 2009 р. Найбільше зростання виробництва – у групі варено-копчених, сирокочених та

сиров'ялених ковбас (8,7%). На 2,3% збільшились обсяги виробництва варених ковбас, сосисок і сардельок, на 1,9% – напівкопчених ковбас.

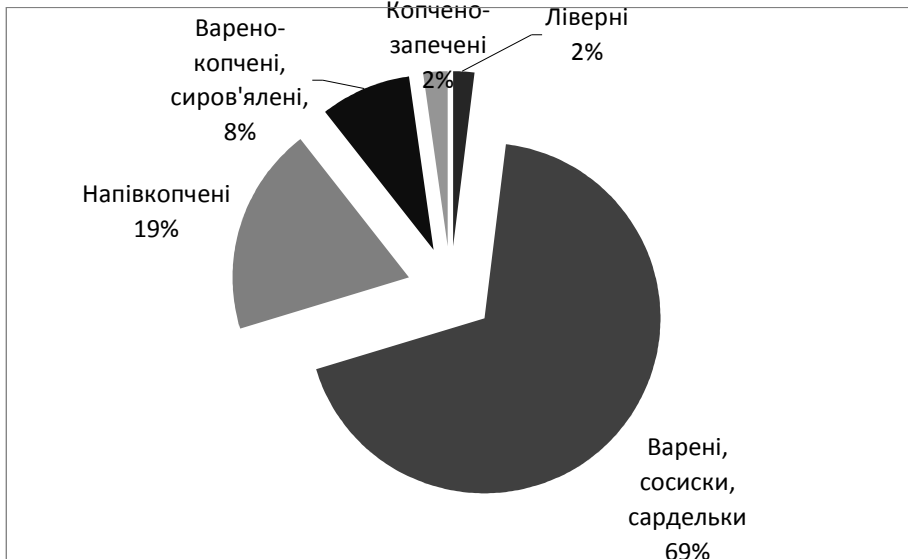


Рис 5. Виробництво ковбасних виробів у 2010 р.

У структурі споживання ковбасних виробів найбільшу частку займають варені ковбаси, на які припадає 40-45% ринку. За ними йдуть сосиски та сардельки (20-25%), напівкопчені ковбаси (10-15%), копченості (близько 10%), варено-копчені та сирокпчені ковбаси (до 5% кожна) (рис. 6). Імпорт-експорт ковбас незначний [7, с. 38].

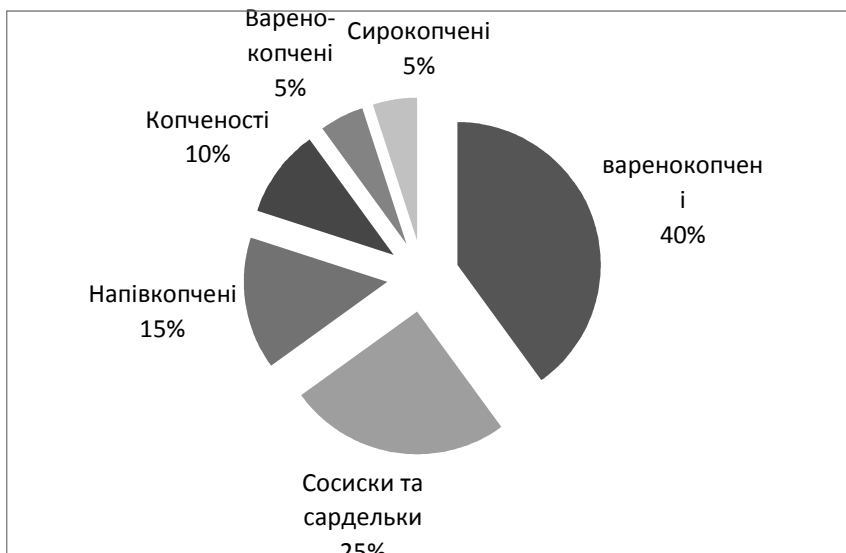


Рис. 6. Структура споживання ковбасних виробів у 2010 р.

У 2011 р. виробники відмічали зростання продажів всіх видів сосисок і сардельок. Причому найбільшим воно було у середньоціновій групі (38-40%) та низькоціновому сегменті (до 25%), дещо нижчим було збільшення реалізації дорогих видів сосисок та сардельок (до 21%) [1, с.2].

Варені ковбасні вироби, сосиски і сардельки традиційного асортименту для дітей користуються стабільно високим попитом незалежно від рівня доходів населення. Це зумовлено тим, що споживач не може економити на найдорожчому – дітях. Виробники, у свою чергу, повинні уважніше і більш добросовісно ставитися до цієї групи м'ясопродуктів.

Система продажу ковбасних виробів змінюється: якщо раніше більша частина асортименту ковбас реалізовувалась на ринках, то сьогодні виробники обирають супермаркети.

На тенденції споживчого ринку м'ясної продукції, на думку маркетологів, вплинули такі фактори: купівельна спроможність, вагомість бренду виробника, загальна ситуація на ринку м'ясної сировини тощо. Тенденція до натуралізації продуктів харчування відобразилась на ринку в вигляді ще більшого зникнення з поля зору споживача продуктів середнього цінового сегмента та зростання попиту на дорогу м'ясну продукцію й охолоджені м'ясні напівфабрикати. З іншого боку, на споживанні значною мірою позначається низька купівельна спроможність, особливо в невеликих регіональних центрах і селах. Основним критерієм при купівлі тут залишається ціна та свіжість продукції. Цим пояснюється попит на продукцію економ-класу, що включає в себе вироби з м'яса птиці, м'яса механічної обвалки, зі значними частками заміни сировини та продукції, що реалізується в основному через ринки. Але і в цьому сегменті спостерігається тенденція натуралізації, що виражається в підвищенні попиту на недорогу продукцію в натуральних оболонках чи ковбаси з натуральних субпродуктів [1, с.1].

Таким чином, основними проблемами українського ринку ковбасних виробів є нестача сировини і якість продукції, що виробляється. Вони значною мірою є наслідком економічної кризи, яка призвела до зниження купівельної спроможності більшості споживачів. Суттєвий вплив на ситуацію мала і відсутність належного державного регулювання ринку, як в плані контролю якості, так і в плані підтримки вітчизняного виробника.

У 2010-2011 роках ситуація на ринку м'ясної сировини та ковбасних виробів дещо покращилась, що дозволяє припустити подальше зростання кількісних показників цього сегмента ринку. Найбільш перспективним можна вважати виробництво варених ковбасних виробів, тому що їх виробництво і споживання займають найбільшу частку серед усіх видів ковбасних виробів. Особливо перспективним є розробка та вдосконалення нових видів ковбасних виробів для дитячого харчування, оскільки вони користуються незмінним попитом серед споживачів і популярність цих виробів навіть мало залежить від купівельної спроможності населення.

Список використаних джерел:

1. Васина Е. Обзор рынка колбасы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: credit-rating.ua
2. Святкивская Е. Импортзависимость и создание ЗСТ/ Е. Святкивская // Мясной бизнес. – 2011. – №1. – С.22-24.
3. Державний комітет статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: ukrstat.gov.ua
4. Анализ украинского рынка колбасных изделий [Электронный ресурс]. – Режим доступа: arp-ua.com
5. Статистичний щорічник України за 2009 рік / За ред. О.Г. Осауленка / Державний комітет статистики України. – К., 2010. – 268 с.
6. На рынке колбасных изделий нет лидера [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.dsnews.ua/art7172.html
7. Шубина Г. «Докторская», «Сервелат», «Московская»? / Г. Шубина // Мясной бизнес. – 2011. – №2. – С.37-39.
8. Чорноротов О. Аналіз ринку тваринництва та виробництва м'яса й м'ясопродуктів України / О.Чорноротов // Мясные технологи. – 2011. – №7. – С.25-30

УДК 334.732

І.О.Рижик,

Полтавський університет економіки і торгівлі,
м. Полтава

**СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ТА РОЗБУДОВА МОЛОЧАРСЬКОЇ
КООПЕРАЦІЇ В УКРАЇНІ**

У статті обґрунтовуються необхідність та перспективи розвитку молочарської кооперації в Україні.

В статтє обосновуються необхідність и перспективи развития молочной кооперации в Украине.

The article justified the need and prospects of development dairy cooperatives of Ukraine.

Ключові слова: сільськогосподарська кооперація, кооперативний рух, молочарський кооператив.

Сучасний стан розвитку молочної галузі в Україні показує, що поки що не повною мірою реалізовані можливості та переваги обслуговуючої кооперації. Формування мережі молочарських кооперативів стримується через слабку матеріальну базу, відсутність кваліфікованих кадрів, недостатню обізнаність селян у перевагах об'єднання зусиль на умовах кооперації для розвитку їхніх господарств та відсутність належної державної підтримки.

Проблеми розбудови сільськогосподарських обслуговуючих кооперативів та окремі аспекти розвитку молочарської кооперації розглянуто у працях сучасних учених, таких як М.Аліман, В.Зіновчук, А.Волик, Т.Онїпко, А.Пантелеймоненко та інших. Проте слід зауважити, що у роботах названих учених проблеми розвитку молочарської кооперації розглянуті лише фрагментарно, у загальному контексті сільськогосподарської обслуговуючої кооперації. Тому дана проблематика потребує більш детального висвітлення.

Виходячи з вищесказаного, можна сформулювати мету дослідження – визначити перспективи розвитку молочарської кооперації в Україні і показати важливість удосконалення відносин кооперативів з державними та недержавними організаціями.

Прагнення сільськогосподарських товаровиробників знизити витрати виробництва, забезпечити для себе вигідний збут продукції і спільно відстоювати