

DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2018-18-28>

УДК 330.3 /338.1 / 339.5

Аналіз структурних зрушень на вітчизняному та зовнішньому ринках м'яса та м'ясопродуктів в Україні

Рахман М.С.

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри маркетингу
та менеджменту зовнішньоекономічної діяльності
Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна

Мангушев Д.В.

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри маркетингу
та менеджменту зовнішньоекономічної діяльності
Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна

Клімова А.С.

магістрант
Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна

Статтю присвячено аналізу структурних змін вітчизняного галузевого ринку виробництва, переробки та споживання м'яса за окремими видами та експортно-імпортних операцій у розрізі товарних груп і географії поставок. Виконано маркетингове дослідження стану м'ясопереробних підприємств Харківської області та запропоновано інноваційні шляхи підвищення ефективності їхньої діяльності.

Ключові слова: м'ясо, виробництво, споживання, структура, види м'яса, експорт, ковбасні вироби, Україна, Харківська область

Rahman M.S., Mangushev D.V., Klimova A.S. АНАЛИЗ СТРУКТУРНЫХ СДВИГОВ НА ВНУТРЕННЕМ И ВНЕШНЕМ РЫНКАХ МЯСА И МЯСОПРОДУКТОВ В УКРАИНЕ

Статья посвящена анализу структурных изменений отечественного отраслевого рынка, переработки и потребления мяса по отдельным видам и экспортно-импортных операций в разрезе товарных групп и географии поставок. Выполнено маркетинговое исследование состояния мясоперерабатывающих предприятий Харьковской области и предложены инновационные пути повышения эффективности их деятельности.

Ключевые слова: мясо, производство, потребление, структура, виды мяса, экспорт, колбасные изделия, Украина, Харьковская область.

Rahman M.S., Mangushev D.V., Klimova A.S. ANALYSIS OF STRUCTURAL SHEARS IN THE INTERNAL AND FOREIGN MARKET OF MEAT AND MEAT PRODUCTS OF UKRAINE

The article is devoted to the analysis of structural changes in the domestic industry market, processing and consumption of meat for certain types, export-import operations in the context of product groups and geography of deliveries. A marketing study was carried out on the state of meat processing enterprises in the Kharkiv region and proposed innovative ways to improve the efficiency of their activities.

Keywords: meat, production, consumption, structure, types of meat, export, sausages, Ukraine, Kharkiv region.

Постановка проблеми у загальному вигляді. У розвитку агропромислового комплексу і забезпеченні повноцінного харчування населення товарній групі «м'ясо та м'ясні продукти» належить одне з провідних місць. В умовах занепаду низки тваринницьких галузей виробники м'яса в Україні нарощують свої обсяги виробництва продукції, незважаючи на недосконалість нормативно-законодавчої бази, соціально-політичну нестабільність, втрати виробничих

потужностей АР Крим, частини Донецької та Луганської областей, високу інфляцію та вартість сировини, зниження купівельної спроможності українців через девальвацію гривні тощо.

Останні декілька років для м'ясної галузі були буремними, адже закриття російського ринку для вітчизняних виробників тваринницької продукції призвело до суттєвого зниження експорту та до надлишкової пропозиції на внутрішньому ринку [1].

М'ясна продукція тваринництва є сировиною для харчової індустрії, яка здійснює переробку та виробництво м'яса та м'ясних продуктів, ковбас, м'ясних напівфабрикатів та консервів для споживання населення через оптову та роздрібну торгівлю. Виробництво продукції у м'ясній галузі матеріаломістке. Питома вага сировини в собівартості продукції становить 80%.

Попри загальну динаміку скорочення споживання м'ясних делікатесів на ринку м'ясоковбасних виробів існує шалена конкуренція з низки причин падіння виробництва і споживання, тому постає об'єктивна необхідність дослідження стану та тенденцій розвитку ринку м'яса та м'ясних продуктів України для визначення шляхів подолання негативних тенденцій галузі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

До проблем розвитку аграрного сектору економіки зверталися у своїх працях такі вітчизняні вчені, як: В.Г. Андрійчук, Т.Г. Дудар, П.Т. Саблук, В.Я. Месель-Веселяк, С.М. Карпенко, О.Б. Стефанів та ін. Дослідженню проблем вітчизняного виробництва м'ясної продукції, формування ринку м'яса та маркетингу присвячено праці П.С. Березівського, М.В. Зубця, Я.В. Голюка, Г. Калієва, О.М. Ковінько, О. Ковальчука, Ф.О. Ярошенко, М. Місюка, Н.Л. Савицької, О.П. Афанасієвої, М.В. Зось-Кіора, М.В. Калінчика та багатьох інших.

Однак складність і багатогранність питань, пов'язаних із вирішенням відповідних проблем на практиці, зумовлює необхідність подальших досліджень.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою статті є дослідження структурних змін вітчизняного галузевого ринку

виробництва, переробки споживання м'яса та м'ясних продуктів, зовнішньоторгових операцій та пошук інноваційних шляхів підвищення ефективності м'ясопереробних підприємств Харківської області.

Виклад основного матеріалу дослідження. Ринок м'яса та м'ясопродуктів становить вагому частку всього продовольчого ринку України, а рівень виробництва та споживання м'яса на душу населення є одним із головних індикаторів продовольчої безпеки країни.

Поняття «ринку м'яса» охоплює функціонування його відповідних контрагентів (сільськогосподарських, заготівельних, переробних і торговельних організацій), між якими об'єктивно виникають виробничі зв'язки й успішно вирішуються економічні взаємовідносини [2], та являє собою складну економічну систему.

За даними Державного комітету статистики, кількість діючих підприємств на ринку м'яса скоротилася з 882 у 2013 р. до 762 одиниць у 2015 р., більша їх половина займається виробництвом м'яса птиці (1 208 тис. т); чисельність персоналу скоротилася з 62,3 тис. до 49,7 тис. осіб відповідно, на яких було вироблено продукції у 2017 р. на суму 44 826,5 млн. грн. (табл. 1) [3].

Фінансовий результат від основної діяльності сільськогосподарських підприємств (окрім малих) у 2015 р. становив 851,2 млн. грн. прибутку проти 401,1 млн. грн. у 2014 р., рівень рентабельності операційної діяльності – 6,7% проти 3,9% у попередньому році [3].

Станом на 01.01.2018 поголів'я великої рогатої худоби скоротилося на 1,5%, до 3 628,4 тис. гол., свиней – на 8,2%, до 6 120,4 тис. гол., а поголів'я птиці зросло на 1,7%, до 205 102,9 тис. гол. [4]. Виробництво

Таблиця 1

Фінансові показники діяльності підприємств на ринку м'яса в Україні

Показник	Роки		
	2013	2014	2015
Кількість підприємств, одиниць	882	750	762
Кількість зайнятих працівників, тис осіб	62,3	52,7	49,7
Витрати на персонал, млн. грн., у тому числі:			
витрати на оплату праці, млн. грн.	2725,6	2297,5	2592,9
Обсяг реалізованої продукції, млн. грн.	2008,3	1691,1	1939,4
Обсяг виробленої продукції, млн. грн.	30792,6	32129,3	42827,2
Додана вартість за витратами виробництва підприємств, млн. грн.	32143,7	33001,2	44826,5
Фінансовий результат, млн. грн.	6248,7	6626,7	9529,4
Рівень рентабельності операційної діяльності, %	851,9	-401,1	851,2
Рівень рентабельності усієї діяльності, %	5,3	3,9	6,7
	2,3	-1,4	1,7

Джерело: складено на основі [3]

м'яса у 2017 р. зросло на 13,0 тис. т, найбільша частка припадає на м'ясо птиці – 56,0%, скоротилася частка яловичини – з 15,6% у 2013 р. до 13,3% та інших видів м'яса (табл. 2) [1; 4].

Експорт м'яса та м'ясопродуктів в Україні за 2017 р. становив 333,6 тис. т (+31 тис. т до минуло-річного періоду), імпорт – 131,0 тис. т (+36,0 тис. т). Зміни у виробництві та обсягах експортно-імпор-тних операцій більшою мірою відбулися за рахунок м'яса птиці [1].

М'ясне виробництво сконцентроване переважно в індустріальних районах із потужною сировинною базою. Найбільш великими за обсягом виробництва тваринництва та її реалізації на забій є Вінницька (319,9 тис. т), Черкаська (312,5 тис. т), Дніпропетровська (258,0 тис. т), Київська (233,2 тис. т), Львівська (128,6 тис. т) та Волинська (113,0 тис. т) області за рахунок розвитку птахівництва (рис. 1) [3]. Понад 60,0% забійного м'яса в регіонах йде на виробництво.

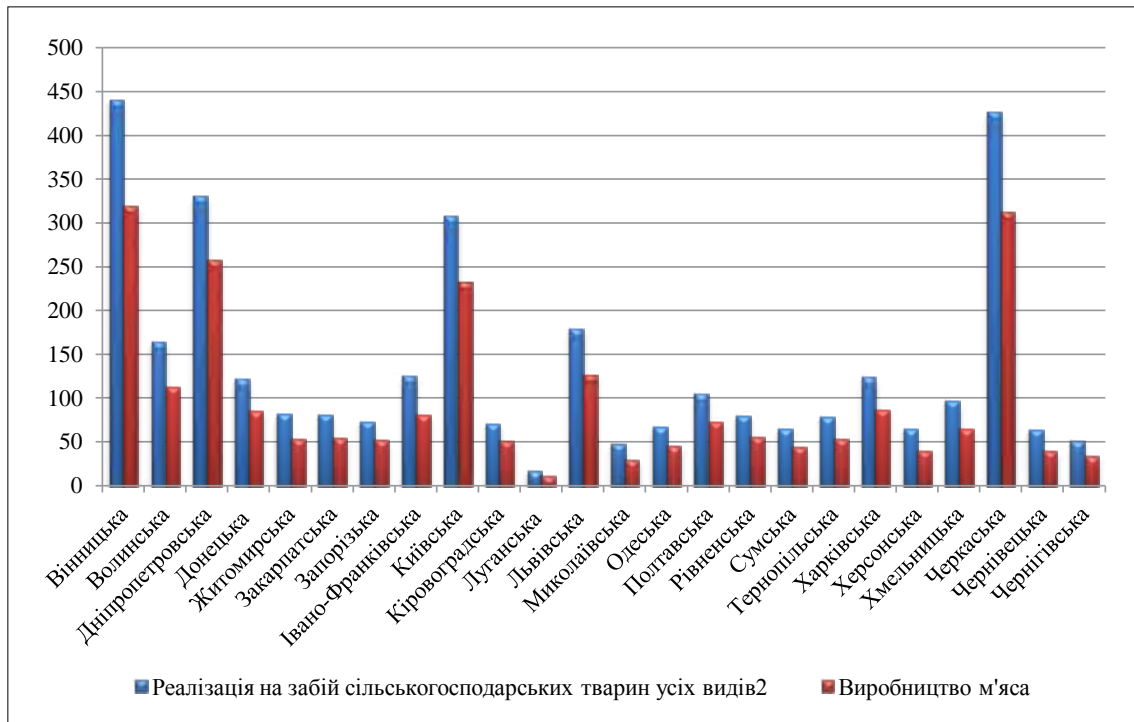


Рис. 1. Реалізація на забій сільськогосподарських тварин та виробництво м'яса за регіонами України в 2017 р., тис. т

Джерело: складено на основі [3]

Таблиця 2

Балансові показники ринку м'яса в Україні, тис. т

Показник	Роки					2017 частка, у %
	2013	2014	2015	2016	2017	
Виробництво, всього	2192,5	2169,3	2136,1	2147,5	2160,5	100,0
у тому числі:						
сільськогосподарські підприємства	1355,8	1368,5	1374,9	1404,8	1405,7	65,1
господарства населення	836,7	800,9	761,2	742,7	754,8	35,9
яловичини	343	331	307	301	287	13,3
свинини	636	634	645	640	626	29,0
м'яса птиці	1168	1165	1144	1167	1208	55,9
інші	45,5	39,3	40,1	39,5	39,5	1,8
Імпорт	275,8	107,3	70,1	91,7	131,0	
Експорт	182,4	214,1	231,5	290,8	333,6	
Фонд споживання	2232,8	2012,9	1879,6	1896,6	1918,5	

Джерело: складено на основі [1]

Розміщення м'ясокомбінатів залежить, насамперед, від наявності сировинної бази і м'ясопереробних заводів, ковбасних та кулінарних фабрик – від наявності споживачів. Розвиток холодильної техніки і холодильного транспорту дає можливість однаково наблизити переробку м'яса та вирощування тварин на м'ясо як до джерела сировини, так і до споживача.

На функціонування підприємств на ринку м'яса та м'ясопродуктів впливає соціально-економічна політика, відповідно до якої визначаються рівні оплати праці, пенсій, інших соціальних виплат, що в сукупності зумовлюють платоспроможний попит населення і можливість купувати м'ясо та м'ясопродукти [5]. За попередніми балансовими розрахунками, у 2017 р. порівняно з попереднім споживання населенням м'яса зросло на 0,3 кг і становило 51,7 кг на особу (рис. 2) [3; 4]. У структурі споживання м'яса українцями найбільш вагомою залишається частка птиці – 53,8%, на свинину припадає 32,0%, на яловичину – 12,2 %, на інші види – 2% (табл. 2).

За результатами 2016 р. виробництво м'ясо-ковбасних виробів в Україні становило 241,2 тис. т, що майже на 3% менше, ніж у позаминулому році. Генеральний директор компанії Pro-Consulting Олександр Соколов називає декілька причин падіння виробництва і споживання цього виду продукції:

– зростання вартості сировини та супутніх матеріалів, що стимулює зростання ціни готової продукції;

– зниження купівельної спроможності українців через девальвацію гривні;

– тимчасова зупинка деяких підприємств з огляду на високу вартість сировини;

– зникнення з ринку кримських і частини донбаських підприємств [6].

За словами головного технолога львівської компанії «Барком» (ТМ «Родинна ковбаска») Наталії Підсудкевич, «із квітня минулого року продажі наших м'ясних делікатесів демонструють приріст, незважаючи на зростання цін» [3], що підтверджують обсяги реалізації м'ясної продукції та ковбасних виробів за 2013–2017 рр. (рис. 3) [3].

За даними брендингової агенції «Колоро», з великим відривом у продажах тут лідирують варені ковбаси, сардельки і сосиски, виробництво яких зазвичай забезпечують великі промислові виробники. На частку напівкопчених м'ясних виробів припадає 18,2%, або 43,9 тис. т, варено-копчених, напівсухих, сиров'ялених та сирокочених (включаючи салямі) – 8,9%, або 21,5 тис. т, копчено-запечених – 1,4%, або 3,4 тис. т [6].

Розглянемо зовнішньоторгові операції за даною товарною групою.

За 2017 р. експорт за всіма видами м'яса зріс у натуральних одиницях виміру з 278,4 до 318,1 тис. т. (на 39,7 тис. т), у грошовому виразі – з 380,4 до 517,8 млн. дол. США, на 137,4 млн. дол. США (табл. 3), приріст експорту м'яса становив 36,1% проти минулого року. У структурі товарного експорту зростає частка яловичини – на 0,9% та свинини – на

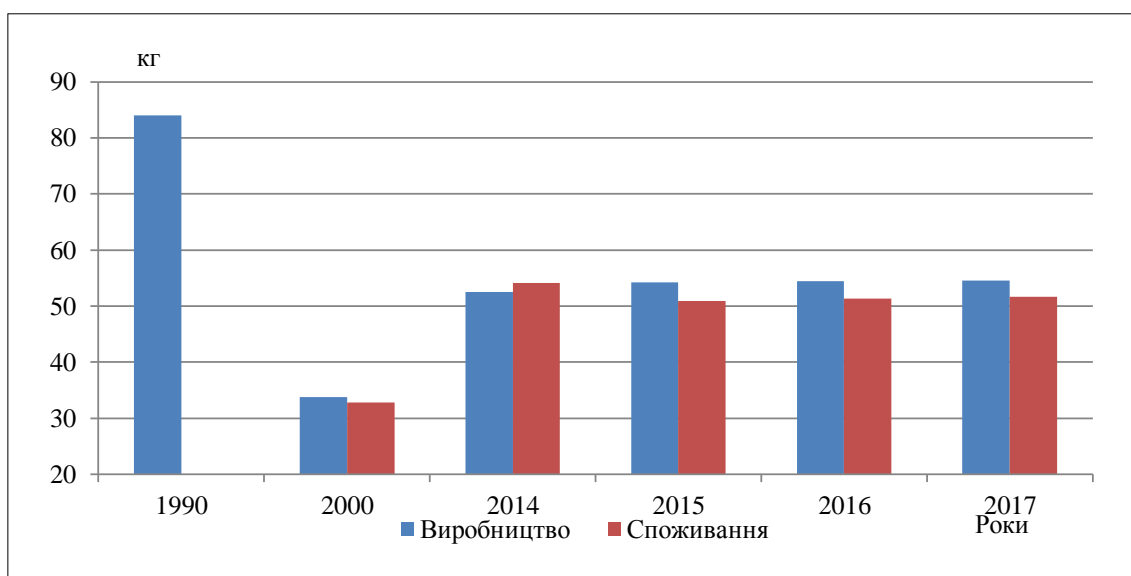


Рис. 2. Виробництво та споживання м'яса на одну особу в Україні, кг

Джерело: складено на основі [3]

0,7 %, м'яса птиці та субпродуктів скоротилися на 1,7% [8].

Найбільшим попитом українське м'ясо птиці в поточному році користується в Єгипті, Нідерландах, Іраку [9].

У 2017 р. відбулося поживлення зовнішньої торгівлі вітчизняною яловичиною, що на 20% перевищило показник минулорічного періоду та становило 117,7 тис. дол. США.

Експорт свинини зріс усього на 1,7 тис. т, на суму 10,5 млн. дол. США. Основними імпортерами яловичини та свинини є країни колишнього СРСР: Білорусь, Грузія, Казахстан, Молдова, Азербайджан [4; 9].

Частка імпорту у внутрішньому продовольчому споживанні у 2017 р. становила 10%. Імпорт м'яса птиці за 2017 р. збільшився на 42,4%, свинини – на 200,0%. Імпортується

м'ясна продукція переважно з країн ЄС (Польщі, Німеччини, Данії та Угорщини) [4; 8].

Згідно з даними Державної митної служби, за 2017 р. Україна експортувала 0,286 тис. т ковбасних виробів, а імпортувала 0,517 тис. т, що на 30,6% більше, ніж за 2016 р. [10].

За чотири місяці 2018 р. загальна вартість експорту ковбасних виробів на 7,2% перевищує вартість експорту аналогічного періоду минулого року, у натуральному еквіваленті минулорічний показник перевищує у 1,6 рази та відповідає 0,117 та 0,071 тис. т (рис. 4) [10].

Основними країнами, куди відбувалися поставки в перші чотири місяці року, були Грузія (35,8% від усього обсягу експорту; загальна вартість – 142 тис. дол. США), Азербайджан (29,5%; 117 тис. дол. США), Молдова (16,62%; 66 тис. дол. США), частка поставок до інших

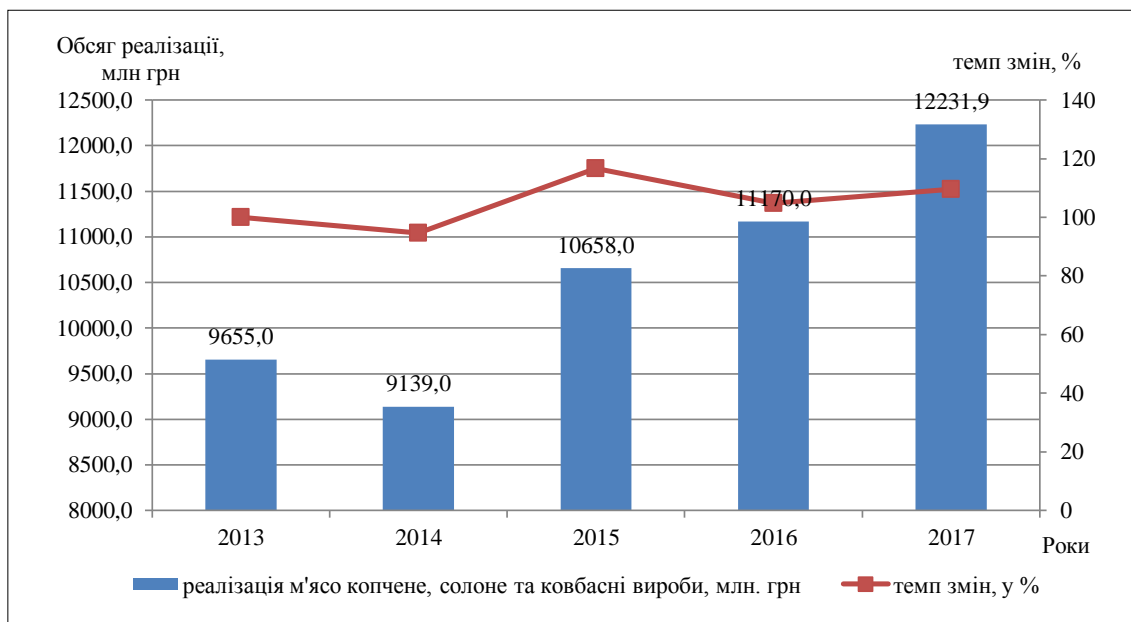


Рис. 3. Реалізація м'яса копченого, солоного та ковбасних виробів в Україні за 2013–2017 рр. у динаміці, млн. грн.

Джерело: складено на основі [3]

Таблиця 3

Зовнішньоторговельні операції України за статтею «М'ясо свіже, охолоджене або заморожене» за 2016–2017 рр.

Назва товару	Експорт				Імпорт			
	2016		2017		2016		2017	
	тис. т	млн. дол. США	тис. т	млн. дол. США	тис. т	млн. дол. США	тис. т	млн. дол. США
Яловичина	35,1	82,8	41,9	117,7	1,5	4,3	1,2	4,1
Свинина	3,2	5,1	4,9	10,5	2,8	4,2	5,6	10
М'ясо і субпродукти птиці	240,1	292,5	271,3	389,6	83,3	34,3	118,3	48,5
Усього	278,4	380,4	318,1	517,8	87,6	42,8	125,1	62,6

Джерело: складено на основі [8]

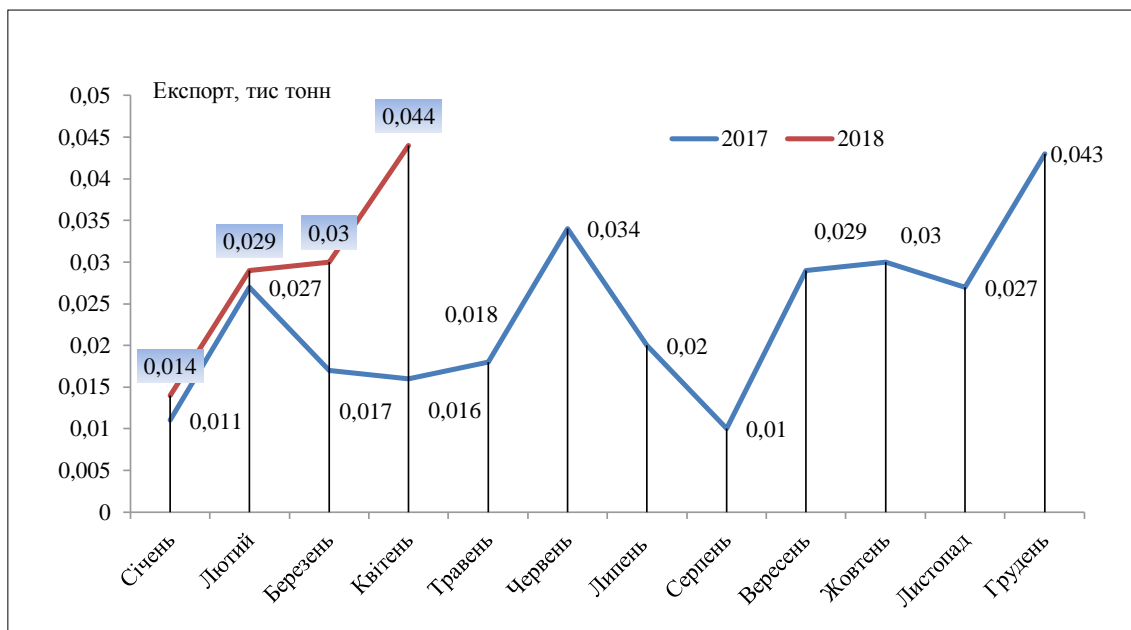


Рис. 4. Структурні зміни в експорті ковбасних виробів по місяцях за 2017–2018 рр., тис т
Джерело: складено на основі [10]

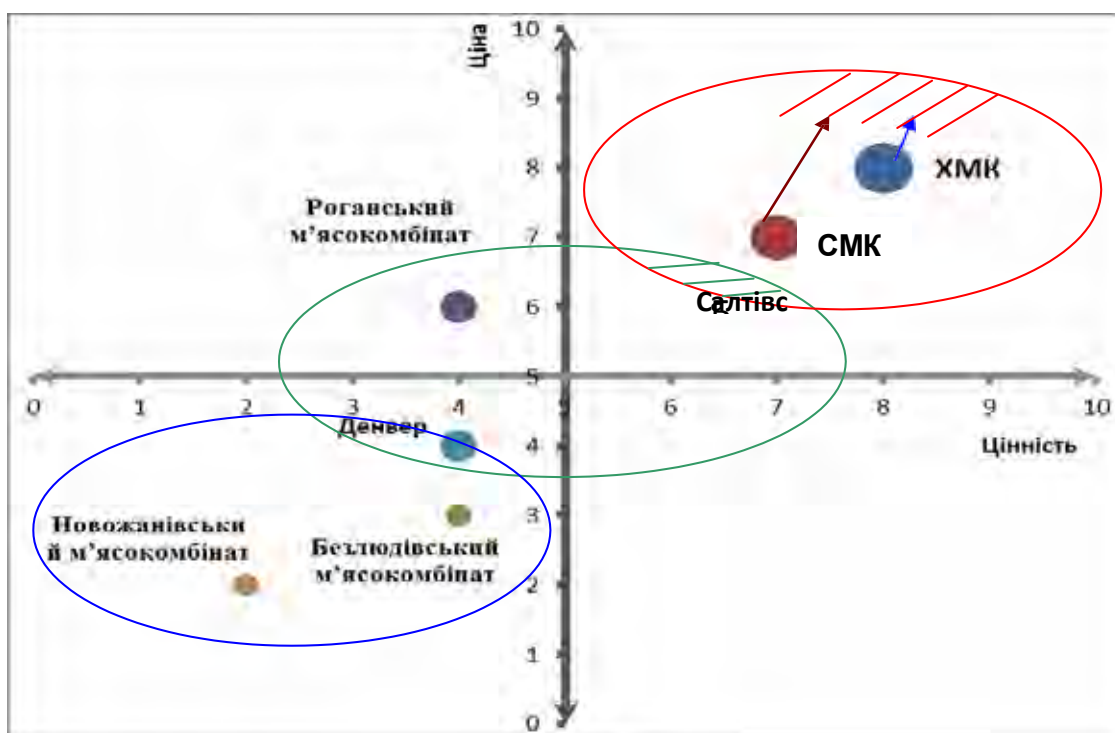


Рис. 5. Карта позиціонування м'ясопереробних підприємств м. Харкова
Джерело: складено на основі [5]

країн становила 18,14% із загальною вартістю 72 тис. дол. США [10].

За чотири місяці 2018 р. до України було імпортовано 0,132 тис. т ковбасних виробів, що перевищує обсяг минулорічних поставок

на 6,8% (0,123 тис. т). Головним постачальником ковбасних виробів до України за січень-квітень 2018 р. були Іспанія із загальною вартістю імпорту 270 тис. дол. США, Італія – 191 тис. дол. США, Польща – 185 тис. дол. США [7; 10].

Використання інновацій, а саме інформаційних ресурсів, на пряму залежить від розміру підприємств м'ясопереробної галузі, позиціонування на ринку та їх маркетингової політики. З огляду на результати маркетингового дослідження Н.Л. Савицької та О.П. Афанасієвої інтегральних показників харківських м'ясопереробних підприємств, сьогодні найбільш конкурентну позицію мають великі підприємства: ТОВ «Салтівський м'ясокомбінат» – єдине підприємство, що здійснює забій тварин та виробництво сировини для власних потреб та на продаж; ТОВ «Харківський м'ясокомбінат» – має високе значення показника позиціонування підприємства на ринку (рис. 5) [5].

Всі підприємства здійснюють фірмову торгівлю, деякі – роздрібну реалізацію своєї продукції, проте жодне з підприємств не здійснює експорту сировини чи готової продукції. Найнижчі результати позиціонування «ціна – якість» мають ПАТ «Комплекс «Без-

людівський м'ясокомбінат» та ТОВ «Новожанівський м'ясокомбінат».

За статистикою людина визначає корисність матеріалу на сайті протягом перших п'яти секунд. У першу чергу на його рішення впливає заголовок, який читають приблизно 95% відвідувачів, якщо він зміг їх зацікавити, тоді вони переходять до вивчення тексту, якщо ні, то просто закривають вкладку із цим сайтом. У результаті дослідження Інтернет-сторінок вищезазначених підприємств Роганський, Салтівський та Харківський м'ясокомбінати мають від 12 до 10 позитивних оцінок за розміщену інформацію: про саме підприємство, асортимент та ціни на продукцію, партнерів, бренди, фірмові магазини та представництва тощо (табл. 4).

Відмінності у наповненості сайтів:

ПАТ «Безлюдівський м'ясокомбінат» має організаційно-правову інформацію та фінансову звітність, але не має зворотного зв'язку.

Таблиця 4

Оцінка Інтернет-сторінок м'ясокомбінатів м. Харкова

	ТОВ «Харківський м'ясокомбінат»	ТОВ «Салтівський м'ясокомбінат»	ПАТ «Безлюдівський м'ясокомбінат»	ТОВ ВП «Роганський м'ясокомбінат»	ПП «Денвер»	ТОВ «Новожанівський м'ясокомбінат»
Наявність сайту	+	+	+	+	-	-
про компанію	+	+	+	+	-	-
асортимент продукція	+	+	+	+	-	-
ціни				+	-	-
бренди		+5		+2	-	-
сертифікати	+	+				
співпраця	+	+		+	-	-
фірмові магазини	+	+	+	+	-	-
вакансії	+				-	-
звітність			+		-	-
питання та відповіді	+				-	-
новини	+	+		+	-	-
контакти	+	+	+	+	-	-
зворотній зв'язок	+	+		+		
кількість мов для спілкування	укр.	рос / англ	рос.	укр., рос, англ		
додаткова інформація			+	+	-	-
регіональна мережа				+		
Facebook		+		+		
Сума балів	10	10	6	12		

Джерело: власна розробка

ТОВ «ВП Роганський м'ясокомбінат» має розвинену регіональну мережу представництв та контакти, надає послуги онлайн-покупок та цінові прайси. Продукція випускається під двома брендами: однойменним та «Ковбасна столиця».

Група компаній «СМК» – велике об'єднання підприємств, що працюють в м'ясному бізнесі (м'ясопереробна, тваринництво (фермерське господарство «Світанок»), фірмова торгівля); випускає м'ясну продукцію під брендами «Салтівський», «Богодухівський» та «Бердянський» м'ясокомбінати, «Наталка» та «М'ясна династія»; входить до десятки найбільших національних виробників ковбасної та м'ясної продукції і впевнено утримує позицію лідера.

Для компаній, які не мають Інтернет-сторінок (ПП «Денвер» Циркунівський м'ясокомбінат та ТОВ «Новожанівський м'ясокомбінат») нагально рекомендується заповнити цю прогалину, йти в ногу з часом та потребами споживачів та партнерів. Хорошим способом утримання відвідувачів є постійний зв'язок у соціальних мережах, що має можливість

легко слідувати за брендом і отримувати оновлення про новий контент, а інформаційні та статистичні дані допоможуть у подальшому проводити якісну аналітику діяльності підприємства.

Висновки з цього дослідження. Розвиток ринку м'яса та виробництво м'ясних продуктів напряму залежать від досконалої нормативно-законодавчої бази, вирішеного земельного питання на користь фермерів, державного регулювання та підтримки селян та їх господарств, прийняття довгострокових стратегічних програм розвитку аграрного сектору та експортоорієнтованих галузей сільського господарства, захисту вітчизняного виробника тощо.

Зниження виробничих витрат у тваринництві, впровадження ресурсо- та енергозберігаючих технологій, розвиток інтегрованих виробничих комплексів, оптимізація кредитної та фінансової підтримки, залучення іноземних та внутрішніх інвестицій за умови збереження національних інтересів й інші заходи підвищать ефективність тваринництва та м'ясопереробної галузі у цілому.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Ведення агробізнесу в Україні 2018 / Асоціація «Український клуб аграрного бізнесу». URL: http://ucab.ua/ua/doing_agribusiness/agrarni_rinki/myaso.
2. Маховський Д.В. Сучасні тенденції розвитку регіонального ринку м'яса в Україні. Вісник Приазовського державного технічного університету. Економічна наука. 2017. Вип. 33. С. 58–64.
3. Сільське, лісове та рибне господарство / Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
4. Тенденції ринку м'яса в Україні у 2018 р. URL: <https://kurkul.com/infographics/view/52>.
5. Савицька Н.Л., Афанасієва О.П. Маркетингова політика підприємств на вітчизняному ринку м'яса та м'ясопродуктів: монографія. Х.: Видавництво Іванченка І.С., 2017. 344 с.
6. Бізнес з димком копченості. Огляд ринку MSB. URL: <https://msb.aval.ua/news/?id=26463>.
7. Огляд українського ринку м'яса за січень-квітень 2018 року. URL: <http://ukrainian-food.org/uk/post/oglad-ukrainskogo-rinku-masa-za-sichen-kviten-2018-roku> (дата звернення: 24.09.2018).
8. Зовнішньоекономічна діяльність / Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
9. Ринок м'яса птиці в Україні, січень-лютий 2017 р. / Союз птахівників України. URL: http://www.poultryukraine.com/data/file/analytics/ptica_yanvar_fevral_2017.pdf.
10. Вартість експорту ковбасних виробів продовжує зростати. URL: <http://ukrainian-food.org/uk/post/vartist-eksportu-kovbasnih-virobiv-prodovzue-zrostati> (дата звернення: 24.09.2018).

REFERENCES:

1. Vedennja aghrobiznesu v Ukrajinі 2018. Asociacija "Ukrainskij klub aghrarnogho biznesu" (2018) [Agribusiness in Ukraine 2018. Association "Ukrainian Agribusiness Club"] Available at: http://ucab.ua/ua/doing_agribusiness/agrarni_rinki/myaso
2. Makhovskij D. V. (2017) Suchasni tendenciji rozvytku reghionaljnogho rynku m'jasa v Ukrajinі [Modern trends in regional markets meat in Ukraine] Reporter Of The Priazovskyi State Technical University. Section: Economic sciences, 2017, Issue 33, p. 58-64
3. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy (2018) Siljsjke, lisove ta rybne ghospodarstvo. [Agriculture, forestry and fisheries.], Available at: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

4. Tendenciji rynku m'jasa v Ukrajinі (2018). [Trends in the meat market in Ukraine in 2018]. Available at: <https://kurkul.com/infographics/view/52>
5. Savycjka N L., Afanasjjeva O.P. (2017) Marketynghova polityka pidpryjemstv na vitchyznjanomu rynku m'jasa ta m'jasoproduktiv : monohrafija [Marketing policy of enterprises in the domestic market of meat and meat products: a monograph], Kharkiv, Publisher Ivanchenko I.S. (in Ukrainian)
6. Biznes z dymkom: kopchenosti. Oghljad rynku MSB (2018) [Business with smoke: smoked. Market Overview MSB] Available at: <https://msb.aval.ua/news/?id=26463>
7. Oghljad ukrajinsjogho rynku m'jasa za sichenj-kvitenj 2018 roku (2018) [Review of Ukrainian meat market in January-April 2018] Available at: <http://ukrainian-food.org/uk/post/oglad-ukrainskogo-rinku-masa-za-sicen-kviten-2018-roku>
8. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy (2018) Zovnishnjoekonomichna dijaljnistj [Foreign economic activity], Available at: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
9. Rynok m'jasa ptyci v Ukrajinі sichenj-ljutyj 2017 r. Sojuz ptakhivnykiv v Ukrajinі (2017). Poultry Market in Ukraine January-February 2018 Union of Poultry Breeders in Ukraine Available at: http://www.poultryukraine.com/data/file/analytics/ptica_yanvar_fevral_2017.pdf
10. Vartistj eksportu kovbasnykh vyrobiv prodovzhuje zrostaty (2018) [The cost of exports of sausage products continues to grow] Available at: <http://ukrainian-food.org/uk/post/vartistj-eksportu-kovbasnih-virobiv-prodovzue-zrostaty>

Analysis of structural shears in the internal and foreign market of meat and meat products of Ukraine

Rahman M.S.

Candidate of Economic Sciences,
Senior Lecturer at Department of Marketing
and Management of Foreign Economic Activity,
V.N. Karazin Kharkiv National University

Mangushev D.V.

Candidate of Economic Sciences,
Senior Lecturer at Department of Marketing
and Management of Foreign Economic Activity,
V.N. Karazin Kharkiv National University

Klimova A.S.

Student,
V.N. Karazin Kharkiv National University

The meat and meat products market in Ukraine is part of the food market in the country and occupies a special place in the human diet. In the conditions of the decline of a range in stock raising direction and the instability in the economic and political situation. Meat producers in Ukraine are increasing production volumes, in conditions of the decline of a range in stock raising direction and the instability in the economic and political situation.

Necessity of a study the state and trends meat and meat products market in Ukraine is conditioned by the situation on the market.

Purpose: is an analysis of structural changes in the domestic and foreign markets of meat and meat products in Ukraine.

The research uses general scientific methods: analysis and synthesis; comparison, hypothesis, statistical method, graphical, tabular, and others.

Findings. The reduction in the number of enterprises and the number of personnel did not affect the growth of sales to 44826.5 million UAH and the profitability of production in 2017 to 6.7%. More than 65% of domestic production falls on agricultural enterprises. In the meat production structure, predominates poultry meat, the share of beef and pork falls. Meat production is concentrated mainly in industrial areas with a strong raw material base.

The consumption of meat is increasing, with the preponderance of poultry meat and a significant proportion of pork. In the structure of finished meat products, the leadership belongs to cooked sausages, sausages and sausages, the share of meat delicacies is up to 30%.

In 2017, exports and imports of meat grew by 36.1% and 42.4 % respectively, the trade in beef was reviving.

In the foreign trade of sausages, imports prevail, the geographical structure of trade has undergone some changes.

Research limitations / implications. Innovative ways of improving efficiency of the marketing research in the meat processing enterprises of the Kharkiv region is carried out and innovative ways of improving efficiency are proposed.

Originality / value the introduction of online trade greatly enhances the competitive position of enterprise positioning in the meat processing enterprises market.

In order to increase the efficiency of livestock and meat processing enterprises, it is necessary to introduce resource and energy saving technologies. The development of integrated production complexes of full cycle, optimal loans and investments, state support and strategy.