

# МЕНЕДЖМЕНТ, МАРКЕТИНГ, ПІДПРИЄМНИЦТВО

УДК 338.439.5:637.5(477)

*Варченко О.М.,  
д-р екон. наук, професор,  
Артімонова І.В.,  
канд. екон. наук, доцент,  
Білоцерківський національний аграрний університет,  
Копитець Н.Г.,  
канд. екон. наук, с.н.с.,  
ННЦ «Інститут аграрної економіки»*

## ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ПОПИТУ НА РИНКУ М'ЯСНОЇ ПРОДУКЦІЇ В УКРАЇНІ

**Постановка проблеми.** Ринку м'ясної продукції є важливою складовою продовольчого ринку країни, від стабільності функціонування якого значною мірою залежать рівень життя населення та забезпечення продовольчої безпеки країни. Складовим ринку м'ясної продукції є ринок продукції свинарства, тенденції розвитку якого формуються під впливом зростання динаміки виробничих показників галузі свинарства, з одного боку, а з іншого – глобалізаційними відносинами, а також впливом імпорту на внутрішній ринок та особливостями споживання населення, що зумовлює необхідність пошуку шляхів його удосконалення та подальшого розвитку.

Це зумовлено також тим, що в Україні обсяги споживання м'яса у 2016 р. становили 50 кг/особу, що дещо перевищило мінімальну фізіологічну норму (45,4 кг/особу), проте суттєво нижчі від раціональної норми споживання (81 кг/особу). За балансовими розрахунками, за 9 місяців 2017. р. порівняно з відповідним періодом 2016 року наповнюваність внутрішнього ринку м'ясом та м'ясопродуктами майже на 2% менша, ніж роком раніше (яловичина - «мінус» 9%, свинина - «мінус» 2%, наповнюваність м'ясом птиці знаходиться на рівні минулого року). Середньодушове споживання населенням м'яса і м'ясопродуктів відстає від торішнього на 0,4 кг і склало у січні-вересні 2017 р. 35,6 кілограми.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Теоретичні, методологічні та прикладні питання економічного регулювання ринку м'ясопродукції висвітлені у працях вітчизняних учених П.С. Березівського, Р.С. Грабовського, С.Л. Дусановського, О.В. Мазуренка, В.Я. Месель-Веселяка, В.М. Микитюка, П.Т. Саблука, І.В. Свиноуса, І.Н. Топіхи, О.М. Шпичака, М.Д. Янківа, П.Р. Пуцентейла та інших.

Так, в дослідженнях Свиноуса І.В. превалює бачення, що на рівень споживання того чи іншого виду м'ясопродуктів впливають релігійні переконання. Ми підтримуємо його думку, оскільки населення, які сповідують іслам не споживають свинини тощо.

Так, О.М. Шпичак вважає, що суттєвий вплив на рівень споживання того чи іншого виду м'ясопродуктів має ціна, особливо на роздрібних продовольчих ринках – основного каналу їх надходження. Підтримують думку автора колектив науковців на чолі В.Я. Месель-Веселяка та П.Т. Саблука.

Заслужують на увагу методологічні підходи щодо впливу рівня доходів на споживання певного виду м'ясопродуктів, які розроблені П.С. Березівським, С.Л. Дусановським.

Проте, деструктивні явища, які відбуваються в економіці країни вимагають перегляду деяких теоретичних постулатів щодо формування попиту на ринку м'ясної продукції.

**Постановка завдання.** Метою дослідження є розробка організаційно-економічних засад формування попиту на ринку м'ясної продукції в Україні.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Відомо, що показники кінцевого споживання продовольства формують основну групу показників, яка характеризує рівень життя споживачів країни. Вищезазначене дозволяє визначити, що безпосередній вплив на обсяги споживання має стан та тенденції розвитку споживчого ринку, а саме обсяги товарообороту, роздрібні ціни. Доказом цього є висновок експертів Всесвітньої організації охорони здоров'я, які вважають, що стан здоров'я на 50% залежить від індивідуального способу життя людини, основним фактором якого є харчування [1].

Встановлено, що в останнє десятиріччя різко знизилися енергетичні витрати людей у більшості провідних країн світу, тому потреба в енерговитратах знизилася до їхнього мінімального рівня. Так,

фахівці вважають, що енергетичні витрати нині для однієї людини повинні становити 2300–2400 ккал на добу [2].

Як свідчать результати анкетного опитування жителів сільських населених пунктів та міст 12 областей України на предмет споживання м'яса, більшість респондентів (51%) відповіли, що м'ясні продукти споживають практично щодня; кожний третій (34%) – один–два рази на тиждень; кожний десятий (10%) – один–два рази на місяць; лише 2% – кілька разів у рік. Зовсім не їдять м'яса 3% учасників опитування. Частота споживання м'яса у родині значною мірою визначається рівнем їх сукупного доходу. Щодня споживають м'ясо близько 40% опитаних із доходом до 2000 гривень на людину в місяць і 62% тих, доходи яких перевищують цю суму. Серед киян (доходи яких прийнято вважати найвищими) частка щоденного споживання м'яса ненабагато перевищує середнє значення – 59%. Ця частка вища у інших мегаполісах – 70%. А серед жителів сіл, де м'ясо здебільшого виробляється, споживають його щодня – 42% опитаних.

Опитування показало, що 53% українців споживають м'ясо завжди, коли цього бажають; 47% опитаних зазначили, що обмежують себе у споживанні м'яса. Більшість таких респондентів (79%) здійснюють це з метою економії коштів; 11% опитаних відмітили, що поряд із економічними у них є й інші причини обмежень; 10% – стверджують, що причини обмежень не є економічними (наприклад, пости, вегетаріанство або проблеми із здоров'ям).

Аналізуючи обсяги споживання м'ясопродуктів населенням України за видами, встановлено, що впродовж останніх п'яти років основним видом м'яса є курятина (табл. 1).

Таблиця 1

**Динаміка споживання основних видів м'ясної продукції в Україні**

Вид продукції	2006		2011		2016		2016 р. в % до	
	кг	%	кг	%	кг	%	2006 р.	2011 р.
М'ясо - всього	42	100	51,2	100	51	100	121,4	99,6
Яловичина і телятина	13	30	9,1	19	8,1	15,8	62,3	89,0
Свинина	13	31	19	35	19	37,0	146,2	100,0
М'ясо птиці	16	37	23	45	24	45,9	150,0	104,3
Інші види м'яса	1	2,3	1	1,9	0,7	1,4	70,0	70,0

Джерело: складено за даними Державної служби статистики України

Отже, в Україні спостерігається чітка тенденція до збільшення споживання м'яса птиці на душу населення порівняно з аналогічним показником для інших видів м'яса. Зокрема, споживання м'яса птиці на душу населення протягом 2006–2016 рр. збільшилося від 15,7 кг до 24 кг. Зазначимо, що споживання цього виду м'яса зростає випереджальними темпами порівняно із іншими видами. Однак в останні роки зростають і обсяги споживання свинини.

На нашу думку, ця нехарактерна для України ситуація, де традиційними видами м'яса є свинина і яловичина, виникла внаслідок об'єктивних і суб'єктивних причин. Насамперед це зумовлено тим, що сільськогосподарські товаровиробники відмовилися від вирощування молодняка великої рогатої худоби та свиней, внаслідок чого вивільнений сегмент ринку м'ясної продукції зайняло м'ясо птиці зарубіжного, а потім вітчизняного виробництва, яке за ціною було значно дешевшим, ніж яловичина і свинина, що за умови низької купівельної спроможності населення було конкурентоспроможним порівняно з іншими видами м'яса (табл. 2) [3].

Таблиця 2

**Динаміка цін та цінове співвідношення на яловичину, свинину, м'ясо птиці**

Рік	Яловичина	Свинина		М'ясо птиці	
	грн/кг	грн/кг	Співвідношення цін	грн/кг	Співвідношення цін
2007	25,52	26,88	1:0,71	14,62	1:1,56
2008	38,04	40,75	1;1,05	17,24	1:2,24
2009	38,76	43,03	1:1,06	18,22	1:2,12
2010	40,72	41,59	1:0,85	20,28	1:1,86
2011	48,73	46,48	1:0,83	22,40	1:2,01
2012	55,73	50,58	1:0,95	23,14	1:2,36
2013	53,10	48,70	1:0,72	21,40	1:1,57
2014	68,09	62,78	1:0,75	31,09	1:1,60
2015	84,02	74,99	1:0,88	39,18	1:1,78
2016	85,61	77,03	1:0,90	42,02	1:1,83

Джерело: складено за даними Державної служби статистики України

Відомо, що з метою забезпечення збалансованого харчування населення країни м'ясною продукцією необхідно забезпечити наступне співвідношення обсягів споживання (на особу в рік): свинина – близько 30 кг, яловичина – близько 25 кг, м'ясо птиці – близько 25 кг. При зменшенні обсягів споживання свинини на 1%, норма споживання м'яса птиці (для збереження біологічної норми) повинна зростати на 1,2% [4]. За нашими оцінками, оптимальна біологічна норма споживання м'яса (під якою ми розуміємо не просто підтримку життя організму, а і його активний розвиток, протидію фізичним і розумовим навантаженням) становить не менш 80 кг на душу населення.

Наступна закономірність – у групах із низьким рівнем доходів населення у загальному споживанні переважають низькокалорійні продукти тваринного походження, курятина та субпродукти 1 і 2 категорії (табл. 3).

Як свідчать дані таблиці 3, у домогосподарствах з високим рівнем доходів надають перевагу свинині, меншою мірою птиці та яловичині. Знижується частка у структурі споживання продуктів м'ясопереробки, харчових субпродуктів та консервних видів м'яса. Основними причинами зміни споживчих смаків залежно від зміни доходів – це ціна та якість продукції та її поживність.

Дослідженням встановлено, що основним видом м'яса для міських та сільських домогосподарств із низьким рівнем доходів є курятина, яка займає у структурі споживання м'ясної продукції понад 35 % і субпродукти – 30 %, що демонструє досить низьку культуру харчування. Як свідчить досвід економічно розвинутих країн, харчові субпродукти 1 і 2 категорії спрямовуються виключно на корм.

Зазначимо, що навіть у міських домогосподарствах із середньодушовим грошовим доходом понад 6000 грн у структурі споживання м'ясопродуктів частка споживання м'яса сушеного, солоного, копченого та їстівних субпродуктів становить майже 27,6%.

За результатами дослідження встановлено, що впродовж тривалого періоду часу спостерігається ситуація, коли значна частина м'ясопродуктів надходить для споживання від родичів безкоштовно. Ця проблема наукового дослідження відкидалася науковцями як «пережиток минулого, доісторичного» [5]. Але за результатами анкетування діяльності особистих селянських господарств, до 30% товарної тваринницької продукції спрямовується саме за вищезгаданим каналом.

Як свідчать результати дослідження, схоже явище спостерігається в домогосподарствах з середньодушовим доходом у великих містах 3001-4000 грн, малих міст – 2501-3500 грн. При цьому встановлення грошового еквівалента не вважається за доцільне, оскільки все це базується на основі «неформальних» зв'язків між селом і містом та між сільськими домогосподарствами. У такому випадку доцільно згадати селянознавця Т. Шаніна, який зазначав: «Неформальна економіка вбирає в себе ряд певних видів діяльності, які не орієнтовані на автоматичне вилучення прибутку, і здійснюється не стільки заради досягнення попередньо намічених цілей, скільки для підтримки певної нормальної міри стабільності, виживання, добробуту й відтворення» [6].

У процесі дослідження було з'ясовано, що в сільських домогосподарствах, на відміну від міських, досить високий рівень споживання м'ясної продукції, яка надходить від особистого підсобного господарства, особливо в домогосподарствах з низьким та високим рівнем доходів. Основна причина виробництва тваринницької продукції – це страх перед голодом, який супроводжував селян протягом тривалого часу його існування. Саме страх перед голодом став причиною багатьох особливостей технічної, соціальної й етичної організації сільського товариства. Так, Дж. Скотт метафорично пояснює економічну ситуацію більшості традиційних суспільств до другої половини ХХ століття: «...Є райони, в яких положення сільського населення нагадує положення людини, що весь час стоїть по ший у воді, коли легкої хвилі досить, щоб вона захлинулася» [7]. За такої ситуації селянин понад усе прагне уникнути ризику. При цьому підприємницький азарт, спроби політичної організації відходять у традиційних співтовариствах на другий план. Принцип «головне – вижити» превалює абсолютно. Дивні на перший погляд події в сільському житті виявляються продуманими формами елементарного соціально-економічного перестрашування. Розглядаючи це, Дж. Скотт посилається на класичне твердження Карла Поланьї: «Відсутність загрози індивідуального голоду в певному значенні робить архаїчне суспільство гуманнішим порівняно з ринковою економікою, але в той же час економічно менш ефективним» [8]. Разом із тим, слід вказати на тенденцію щодо зростання обсягів споживання яловичини при збільшенні сукупних доходів. Насамперед це викликано якістю продуктів забою сільськогосподарських тварин, які реалізуються у закладах торгівлі та на роздрібних продовольчих ринках.

**Таблиця 3**  
**Динаміка та структура споживання м'яса та м'ясопродуктів (в перерахунку на м'ясо) в залежності від рівня доходів та місцерозташування домогосподарств за 2016 р.**

	Свіже, заморожене, охолоджене м'ясо великої рогатої худоби		Свіже, заморожене, охолоджене м'ясо свиней		Свіже, заморожене, охолоджене м'ясо кіз та овець		Свіже, заморожене, охолоджене м'ясо птиці		Сушене, солоне, копчене м'ясо та істівні субпродукти		Інші консервовані й оброблені види м'яса та продукти з нього		Інше свіже, охолоджене, заморожене м'ясо та істівні види м'яса		Всього	
	кг	%	кг	%	кг	%	кг	%	кг	%	кг	%	кг	%	кг	%
До 1500	2,1	2,1	6,7	16,9	0,0	0,0	14,3	35,9	13,1	32,9	4,8	12,1	0,1	0,2	39,8	100,0
1501-2000	3,8	3,8	10,2	19,7	0,0	0,1	18,8	36,4	14,6	28,4	5,5	10,7	0,5	1,0	51,5	100,0
2001-2500	4,0	4,0	10,9	20,4	0,0	0,0	19,4	36,1	15,4	28,7	5,5	10,3	0,2	0,4	53,7	100,0
2501-3000	4,4	4,4	14,4	24,3	0,0	0,0	20,2	34,0	16,9	28,5	5,0	8,5	0,2	0,3	59,3	100,0
3001-3500	4,5	4,5	15,0	23,6	0,1	0,1	22,2	35,1	18,1	28,6	4,9	7,7	0,3	0,4	63,3	100,0
3501-4000	5,3	5,3	17,2	25,9	0,0	0,0	23,2	34,9	16,7	25,1	5,1	7,7	0,8	1,2	66,5	100,0
4001-5000	5,6	5,6	20,0	24,1	0,1	0,1	31,3	37,6	19,7	23,7	7,0	8,4	0,3	0,4	83,0	100,0
5001-6000	7,2	7,2	17,4	21,9	0,0	0,0	27,6	34,6	21,3	26,7	7,6	9,5	0,1	0,1	79,7	100,0
Понад 6000	4,7	4,7	20,3	22,6	0,5	0,6	31,5	35,1	27,6	30,7	5,2	5,8	0,4	0,4	89,7	100,0
<b>Міста</b>	<b>4,2</b>	<b>4,2</b>	<b>12,3</b>	<b>21,7</b>	<b>0,0</b>	<b>0,1</b>	<b>20,2</b>	<b>35,7</b>	<b>16,1</b>	<b>28,4</b>	<b>5,4</b>	<b>9,5</b>	<b>0,3</b>	<b>0,6</b>	<b>56,6</b>	<b>100,0</b>
До 1500	0,2	0,8	6,4	22,8	0,0	0,1	10,1	36,1	8,6	30,6	2,5	9,1	0,2	0,6	28,1	100,0
1501-2000	0,3	0,9	8,8	26,6	0,0	0,1	10,8	33,0	9,1	27,7	3,5	10,6	0,4	1,3	32,9	100,0
2001-2500	0,4	1,0	11,7	26,2	0,5	1,1	14,5	32,6	12,2	27,5	4,1	9,3	1,0	2,3	44,5	100,0
2501-3000	0,5	1,0	12,8	25,9	0,4	0,9	17,9	36,1	12,5	25,2	4,5	9,0	1,0	2,0	49,6	100,0
3001-3500	0,8	1,4	16,1	28,2	0,2	0,3	20,1	35,2	14,3	25,0	4,7	8,2	1,0	1,7	57,1	100,0
3501-4000	0,7	1,0	16,0	23,8	0,1	0,1	28,6	42,6	16,5	24,6	4,8	7,1	0,6	0,9	67,3	100,0
4001-5000	0,6	0,8	20,1	27,2	0,4	0,5	25,8	35,1	20,1	27,3	5,3	7,2	1,4	1,9	73,6	100,0
5001-6000	0,7	0,9	21,5	27,8	0,0	0,0	28,5	36,7	21,4	27,6	5,2	6,6	0,4	0,5	77,6	100,0
Понад 6000	0,9	1,1	25,6	30,5	0,1	0,1	32,9	39,0	16,6	19,7	5,1	6,1	2,9	3,5	84,2	100,0
<b>Сільська місцевість</b>	<b>0,4</b>	<b>1,0</b>	<b>11,4</b>	<b>26,2</b>	<b>0,2</b>	<b>0,5</b>	<b>15,2</b>	<b>34,9</b>	<b>11,7</b>	<b>26,8</b>	<b>3,9</b>	<b>8,9</b>	<b>0,7</b>	<b>1,6</b>	<b>43,5</b>	<b>100,0</b>
<b>Усі домогосподарства</b>	<b>1,3</b>	<b>2,7</b>	<b>11,9</b>	<b>23,8</b>	<b>0,1</b>	<b>0,3</b>	<b>17,2</b>	<b>34,4</b>	<b>13,9</b>	<b>27,8</b>	<b>5,0</b>	<b>10,0</b>	<b>0,5</b>	<b>1,0</b>	<b>49,9</b>	

Джерело: складено за даними Державної служби статистики України

Встановлено, що навіть в міських домогосподарствах із високим рівнем доходів споживають м'ясопродукти, отримані безкоштовно від родичів чи з ОПГ. На нашу думку, це викликано не лише низькою купівельною спроможністю даної категорії домогосподарств чи відсутністю продукції в торговельній мережі, а якістю. Як свідчать численні спостереження, більшість товаровиробників порушують технології вирощування сільськогосподарських тварин, що негативно відображається на якісних параметрах. Як відзначає О. Солженіцин, характеризуючи нинішню якість продукції «да даже еду здоровою мы уже забыли... В 90-м еще мы помнили. Но теперь, такое впечатление создается, что многие граждане вспомнят уже нескоро. Иные так и не узнают» [9].

**Висновки з проведеного дослідження.** Встановлено, що безпосередній вплив на обсяги споживання м'яса має стан та тенденції розвитку споживчого ринку, а саме обсяги товарообороту, роздрібні ціни. Споживчий попит на м'ясну продукцію зумовлений економічними, соціально-демографічними і специфічними факторами. В процесі дослідження виявлено, що економічні й соціально-демографічні чинники впливають на споживчий попит на продукцію м'ясного тваринництва аналогічно закономірностям, які властиві попиту на споживчі товари. Встановлено, що відмітною рисою споживчого попиту на цей продукт є ставлення до харчування. В умовах становлення ринкових відносин і посилення конс'юмериського руху в нашій країні спостерігається тенденція до посилення уваги споживачів щодо якості товарів, що зумовлює відповідну реакцію і з боку ринку.

Проведений аналіз показує, що рівень споживання у домогосподарствах із високими грошовими доходами перевищує науково обґрунтовані норми споживання м'ясопродуктів, особливо у домогосподарствах, які знаходяться у сільській місцевості. У групах із низьким рівнем доходів населення у загальному споживанні переважають низькокалорійні продукти тваринного походження, насамперед курятина та субпродукти 1 і 2 категорії. Домогосподарства з високим рівнем доходів надають перевагу споживанню свинини, меншою мірою птиці та яловичини. Знижується частка у структурі споживання продуктів м'ясопереробки, харчових субпродуктів та консервних видів м'яса. Основними причинами зміни споживчих смаків залежно від зміни доходів є ціна та якість продукції та її поживність.

Необхідно відзначити, що ця, нехарактерна, на нашу думку, ситуація для України, де традиційними видами м'яса є свинина і яловичина, виникла внаслідок об'єктивних і суб'єктивних причин. Насамперед це зумовлено тим, що сільськогосподарські товаровиробники відмовилися від вирощування молодняка ВРХ та свиней, внаслідок чого вивільнений сегмент ринку м'ясної продукції зайняло м'ясо птиці зарубіжного, а потім вітчизняного виробництва, яке за ціною було значно дешевшим ніж яловичина і свинина, що в умовах низької купівельної спроможності населення було конкурентоспроможним порівняно з іншими видами м'яса.

### Бібліографічний список

1. Шостак Л. В., Данечкіна А. О. Формування споживчого кошику в Україні та за кордоном. *Інфраструктура ринку*. 2017. Випуск 6. С. 172-176.
2. Кошкалда І. В. Актуальні питання продовольчого забезпечення. *Вісник Сумського національного аграрного університету*: Серія «Економіка і менеджмент», 2017. Випуск 4(71). С. 207-212.
3. Дудар В. Т. Продовольча безпека України та складові її забезпечення у контексті економічної безпеки держави. *Вісник THEU*. 2016. № 2. С. 20-32.
4. Піскунова О. В., Осипова О. І. Конвергенція дохідних груп домогосподарств за споживанням харчових продуктів як умова посилення продовольчої безпеки. *БізнесІнформ*. 2016. № 11. С. 116-123.
5. Сельская бедность и сельское развитие в России / Т. В. Тихонова, И. Г. Храмова, С. В. Храмова, О. В. Шик ; под ред. Е. В. Серова. Москва: ИЭПП, 2004. 50 с.
6. Шанин Т. Великий незнакомец: крестьяне и фермеры в современном мире. Москва: Прогресс-Академия, 1992. 428 с.
7. Scott J. C. The moral economy of the peasant: Rebellion and subsistence in South-East Asia. London: Routledge and Kegan Paul, 1976. 242 p.
8. Поланья К. Два значения термина «экономический». *Неформальная экономика: Россия и мир* / под ред. Т. Шанина. Москва: Логос, 1999. С. 505–513.
9. Калабеков И. Г. Российские реформы в цифрах и фактах (справочное издание). Москва: РУСАКИ, 2007. 288 с.

### References

1. Shostak, L.V. and Danechkina, A.O. (2017), "Forming of consumer basket in Ukraine and abroad", *Infrastruktura rynku*, iss. 6, pp. 172-176.
2. Koshkalda, I.V. (2017), "Actual issues of food security", *Visnyk Sumskoho natsionalnoho ahrarnoho universytetu: Serii «Ekonomika i menedzhment»*, iss. 4(71), pp. 207-212.

3. Dudar, V.T. (2016), "Food security of Ukraine and its components in the context of state economic security", *Visnyk TNEU*, no. 2, pp. 20-32.
4. Piskunova, O.V. and Osypova, O.I. (2016), "The Convergence of Profitable Groups of Households by the Consumption of Food Products as a Condition for Strengthening the Food Security", *BiznesInform*, no. 11, pp. 116-123.
5. Tikhonova, T.V., Khramova, I.G., Khramova, S.V., and Shik, O.V. (2004), *Selskaya bednost i selskoye razvitiye v Rossii* [Rural poverty and rural development in Russia], IEPP, Moscow, Russia, 50 p.
6. Shanin, T. (1992), *Velikiy neznakomets: krestyane i fermery v sovremennom mire* [The great stranger: peasants and farmers in the modern world], Progress-Akademiya, Moscow, Russia, 428 p.
7. Scott, J.C. (1976), *The moral economy of the peasant: Rebellion and subsistence in South-East Asia*. London: Routledge and Kegan Paul, 242 p.
8. Polanyi, K. (1999), *The Two Meanings of Economic, Neformalnaya ekonomika: Rossiya i mir* [Informal Economy: Russia and the World], Logos. Moscow, Russia, pp. 505–513.
9. Kalabekov, I.G. (2007), *Rossiyskiye reformy v tsifrakh i faktakh (spravochnoye izdaniye)* [Russian reforms in figures and facts (reference edition)], RUSAKI, Moscow, Russia, 288 p.

**Варченко О.М., Артимонова І.В., Копитець Н.Г. ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ПОПИТУ НА РИНКУ М'ЯСНОЇ ПРОДУКЦІЇ В УКРАЇНІ**

**Мета.** Розробка теоретичних, методологічних положень щодо формування попиту на основні види м'ясної продукції в Україні.

**Методика дослідження.** Для реалізації завдань використовувалися наступні методи та прийоми: монографічний, статистичних групувань, кореляційно-регресійного аналізу і графічний – для комплексного вивчення сучасного стану споживання м'ясної продукції та визначення факторів, що впливають на його величину; анкетування – для збору інформації про споживання м'ясної продукції; групування – для визначення впливу різних факторів на рівень споживання в Україні, порівняння – для порівняння економічних явищ у різні часові періоди з метою виявлення причинно-наслідкового зв'язку; абстрактно-логічний, розрахунково-конструктивний та балансовий – при обґрунтуванні показників розвитку споживання м'ясної продукції.

**Результати.** Встановлено, що споживчий попит на м'ясну продукцію зумовлений економічними, соціально-демографічними і специфічними факторами. Виявлено, що економічні й соціально-демографічні чинники впливають на споживчий попит на продукцію м'ясного тваринництва аналогічно закономірностям, які властиві попиту на споживчі товари. Визначено, що відмітною рисою споживчого попиту на досліджувану продукцію є ставлення до харчування. Виявлено, що в умовах становлення ринкових відносин і посилення конс'юмериського руху в нашій країні спостерігається тенденція до посилення уваги споживачів щодо якості товарів, що зумовлює відповідну реакцію і з боку ринку.

**Наукова новизна.** Доведено, що рівень споживання у домогосподарствах із високими грошовими доходами перевищує науково обґрунтовані норми споживання м'ясопродуктів, особливо у домогосподарствах, які знаходяться у сільській місцевості. Встановлено, що у групах із низьким рівнем доходів населення у загальному споживанні переважають низькокалорійні продукти тваринного походження, у першу чергу, курятина та субпродукти 1 і 2 категорії. Виявлено, що домогосподарства з високим рівнем доходів надають перевагу споживанню свинини, меншою мірою птиці та яловичини. Знижується частка у структурі споживання продуктів м'ясопереробки, харчових субпродуктів та консервних видів м'яса. Визначено, що основними причинами зміни споживчих смаків залежно від зміни доходів є ціна та якість продукції та її поживність.

**Практична значущість.** Отримані результати дослідження дали можливість виявити об'єктивні і суб'єктивні фактори впливу на формування рівня попиту на м'ясну продукцію. З використанням кількісних значень факторних показників ринку (попиту і пропозиції) і рівня їх впливу на кінцеві ринкові результати функціонування ринку розробляються планові показники ринку м'ясної продукції.

**Ключові слова:** попит, сільське і міське населення, домогосподарство, ринок, м'ясна продукція, дохід.

**Varchenko O.M., Artimonova I.V., Kopytets N.H. ORGANIZATIONAL AND ECONOMIC PRINCIPLES FOR THE FORMATION OF DEMAND IN THE MEAT PRODUCTS MARKET IN UKRAINE**

**Purpose.** The aim of the article is the development of theoretical and methodological provisions for the formation of demand for the main types of meat products in Ukraine.

**Methodology of research.** The following methods and techniques are used for the implementation of the tasks: monographic, statistical groupings, correlation and regression analysis and graphic – for the comprehensive study of the current state of consumption of meat products and the determination of factors affecting its value; questionnaire – to collect information on raising the consumption of meat products; grouping – to determine the impact of various factors on the level of consumption in Ukraine, comparison – to compare economic phenomena in different time periods in order to identify the cause and effect relationship; abstract and logical, settlement and constructive, and balance – in substantiating indicators for consumption of meat products.

**Results.** It is established that consumer demand for meat products is determined by economic, social and demographic and specific factors. It is revealed that economic and social and demographic factors influence the consumer demand for meat products, similar to those inherent in the demand for consumer goods.

It is determined that the distinctive feature of consumer demand for the product under investigation is the attitude to food. It is revealed that in the conditions of the formation of market relations and strengthening of the conduit movement in our country there is a tendency to increase the attention of consumers on the quality of goods, which causes a corresponding reaction from the market.

**Originality.** It is proved that the level of consumption in households with high monetary incomes exceeds the

scientifically substantiated norms of consumption of meat products, especially in rural households. It has been established that low-calorie products of animal origin, primarily chicken and by-products of categories 1 and 2, are dominated by low-income groups in general consumption. High-income households have been found to prefer to consume pork, less poultry and beef. The share in the structure of consumption of meat processing products, food by-products and canned meat is reduced. It is determined that the main reasons for changes in consumer tastes, depending on changes in incomes, are the price and quality of the product and its nutritional value.

**Practical value.** The obtained results of the study made it possible to identify objective and subjective factors of influence on the formation of the level of demand for meat products. Using the quantitative values of the factor indicators of the market (supply and demand) and their level of influence on the final market results of the market functioning, the planned indicators of the meat products market are developed.

**Key words:** demand, rural and urban population, household, market, meat products, income.

#### **Варченко О.М., Артимонова И.В., Копитец Н.Г. ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ФОРМИРОВАНИЯ СПРОСА НА РЫНКЕ МЯСНОЙ ПРОДУКЦИИ В УКРАИНЕ**

**Цель.** Разработка теоретических, методологических положений по формированию спроса на основные виды мясной продукции в Украине.

**Методика исследования.** Для реализации заданий использовались следующие методы и приемы: монографический, статистических группировок, корреляционно-регрессионного анализа и графический – для комплексного изучения современного состояния потребления мясной продукции и определения факторов, влияющих на его величину; анкетирования – для сбора информации о потреблении мясной продукции; группировки – для определения влияния различных факторов на уровень потребления в Украине, сравнения - для сравнения экономических явлений в различные временные периоды с целью выявления причинно-следственной связи; абстрактно-логический, расчетно-конструктивный и балансовый – при обосновании показателей развития потребления мясной продукции.

**Результаты.** Установлено, что потребительский спрос на мясную продукцию обусловлен экономическими, социально-демографическими и специфическими факторами. Выявлено, что экономические и социально-демографические факторы влияют на потребительский спрос на продукцию мясного животноводства аналогично закономерностям, которые присущи спросу на потребительские товары. Установлено, что отличительной чертой потребительского спроса на этот продукт является отношение к питанию. Выявлено, что в условиях становления рыночных отношений и усиления конъюнктурного движения в нашей стране наблюдается тенденция к усилению внимания потребителей к качеству товаров, что обуславливает соответствующую реакцию и со стороны рынка.

**Научная новизна.** Доказано, что уровень потребления в домохозяйствах с высокими денежными доходами превышает научно обоснованные нормы потребления мясопродуктов, особенно в домохозяйствах, которые находятся в сельской местности. Установлено, что в группах с низким уровнем доходов в общем потреблении преобладают низкокалорийные продукты животного происхождения, в первую очередь, курятина и субпродукты 1 и 2 категории. Выявлено, что домохозяйства с высоким уровнем доходов отдадут предпочтение потреблению свинины, в меньшей степени птицы и говядины. Снижается доля в структуре потребления продуктов мясопереработки, пищевых субпродуктов и консервных видов мяса. Определено, что основными причинами изменения потребительских вкусов в зависимости от изменения доходов является цена и качество продукции и ее питательность.

**Практическая значимость.** Полученные результаты исследования позволили выявить объективные и субъективные факторы влияния на формирование уровня спроса на мясную продукцию. С использованием количественных значений факторных показателей рынка (спроса и предложения) и уровня их влияния на конечные рыночные результаты функционирования рынка разрабатываются плановые показатели рынка мясной продукции.

**Ключевые слова:** спрос, сельское и городское население, домохозяйство, рынок, мясная продукция, доход.