

**Маркетингова оцінка стану розвитку м'ясного скотарства***Гримак Алла Володимирівна<sup>1</sup>*

Опубліковано	Секція	УДК
30.03.2024	Економіка	339.137.2

DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.10906535>

Ліцензовано за умовами Creative Commons BY 4.0 International license

**Анотація.** Різноманітні реформування, відсутність достатнього практичного досвіду на початкових етапах переходу до ринкової моделі розвитку позначились на розвитку тваринництва, зокрема м'ясного скотарства, в якому намітилися негативні тенденції, які позначились на зниженні купівельної спроможності населення, відповідно, попиту на продукцію галузі, подорожчання енергоносіїв, нееквівалентності у відносинах з переробними підприємствами і т.ін. Виникли проблеми у системі закупівель. Це позначилось на скороченні поголів'я тварин, відповідно, зменшенні обсягів виробництва м'яса і м'ясних продуктів, зокрема яловичини.

**Ключові слова:** м'ясне скотарство, ринок, маркетинг, конкурентоспроможність, тенденції.

Marketing assessment of the state of development of meat cattle breeding

Annotation. For Ukraine, as for any country, the basis of progressive socio-economic development is a stable agricultural sector and, accordingly, the food market, which are the only source of food for the population. Based on this, priority attention should be given to this sector of the economy in our country. Having a powerful natural and labor potential for this, the agricultural sector of Ukraine should become a serious competitor in the production of agricultural products and food products. And the leading one in the agrarian sector of the economy is the livestock-industrial complex, as the most structured and balanced. In the livestock sector, the leading place belongs to cattle breeding, the special characteristic of which is that the basis of production is live animals, and the term of the technological cycle of obtaining products is about two years. Unfortunately, negative trends in the development of meat cattle breeding have been observed in recent decades, which has led to its collapse and unprofitability.

Leading in the agrarian sector of the economy is the livestock-industrial complex, as the most structured and balanced. At the same time, various reforms, the lack of sufficient practical experience at the initial stages of the transition to a market model of development affected the development of animal husbandry, in particular, meat cattle breeding, which showed negative trends that affected the reduction of the purchasing power of the population, respectively, the demand for the industry's products, price increases of energy carriers, non-equivalence in relations with processing enterprises, etc. There were problems in the procurement system. This affected the reduction of the number of animals, respectively, the reduction of the volume

<sup>1</sup>к.е.н., доцент, доцент кафедри маркетингу Львівського національного університету ветеринарної медицини та біотехнологій імені С.З. Гжицького

of production of meat and meat products, in particular beef. A sharp reduction in the number of animals forces the processing industry to reorient itself to other types of products, to reduce its production. With the reduction of meat production, there is a need to preserve individual enterprises, to find new suppliers of raw materials, to change the economic, technological and organizational relationships between processing enterprises and farms of various forms of ownership that grow meat cattle. The current state and trends in the development of meat cattle breeding prompts research into the development of the meat cattle breeding industry in new economic conditions, in particular market conditions.

Keywords: beef cattle breeding, market, marketing, competitiveness, trends.

### Вступ

Для України, як і для будь-якої країни, основою поступального соціально-економічного розвитку є стабільний аграрний сектор і, відповідно, продовольчий ринок, які виступають єдиним джерелом життєзабезпечення населення продуктами харчування. Виходячи з цього, в нашій державі пріоритетна увага має приділятися саме цьому сектору економіки. Маючи для цього могутній природний і трудовий потенціал, аграрний сектор України має стати серйозним конкурентом з виробництва сільськогосподарської продукції та продуктів харчування. І провідним в аграрному секторі економіки є тваринницько-промисловий комплекс, як найбільш структурований і збалансований. У тваринницькій галузі провідне місце належить скотарству, особливою характеристикою якого є те, що основою виробництва виступають живі тварини, а термін технологічного циклу одержання продукції становить близько двох років. На жаль, в останні десятиріччя спостерігаються негативні тенденції у розвитку м'ясного скотарства, що стало причиною його згортання та збитковості.

Різке скорочення поголів'я тварин змушує і переробну промисловість переорієнтуватися на інші види м'ясної сировини, скорочувати виробництво продукції. При скороченні виробництва м'яса виникає необхідність консервації окремих підприємств, пошуку нових постачальників сировини, зміни економічних, технологічних й організаційних зв'язків між переробними підприємствами і господарствами різної форми власності, які вирощують м'ясну худобу.

Важливим у досягненні збалансованості ринку м'ясних ресурсів, зокрема яловичини і телятини, є використання в роботі підприємств результатів маркетингових досліджень. Вивчення кон'юнктури ринку продукції через можливості маркетингу дозволяє використати стримуючі чинники розвитку галузі для аналізу і формування цілісної системи функціонування всіх ланок виробництва, спрямованої на випуск конкурентоспроможної продукції.

*Мета статті.* Сучасний стан та тенденції розвитку м'ясного скотарства спонукає до проведення досліджень розвитку галузі м'ясного скотарства в нових економічних умовах, зокрема ринкових, та обґрунтування шляхів вдосконалення функціонування ринку продукції м'ясного скотарства.

### Результати

Аналіз статистичних даних свідчить, що проблеми в галузі м'ясного скотарства, недостатні обсяги виробництва м'яса і м'ясних продуктів суттєво позначились на формуванні ринку продовольства і на функціонуванні ринкових відносин в АПК загалом. Відслідковується тенденція того, що найбільше наявні негативи проявляються саме на ринку продукції м'ясного скотарства. Відчутно наявні в галузі проблеми позначились на розвитку м'ясного скотарства і в західному регіоні України. Цей регіон України, в т.ч. і

Львівська область, має сприятливі природно-кліматичні та економічні умови для ефективного розвитку тваринництва, зокрема м'ясного скотарства, і, відповідно, функціонування ринку продукції цієї галузі. Вагому роль у розвитку м'ясного скотарства в регіоні відіграють історичні аспекти. Населення регіону завжди тяжіло до розвитку індивідуальних приватних господарств, розведення різних видів тварин і птиці. І не випадково, в аграрному секторі цього регіону більш питому вагу займає виробництво продукції тваринництва.

Однак, починаючи з 1992 року намітились і в цьому регіоні негативні тенденції, як і в аграрному секторі країни. Дослідження показують, що негативні тенденції регіону мають перманентний характер. Свідченням цього є факт різкого скорочення поголів'я худоби взагалі, у тому числі й тварин, які призначені для відгодівлі на м'ясо (табл. 1).

Таблиця 1

**Динаміка чисельності поголів'я великої рогатої худоби, тис. голів**

Регіон	1991 р.	2001 р.	2011 р.	2021 р.	2022 р.	2001 р. до 1991 р.,%	2022 р. до 2001 р.,%
<b>Кількість великої рогатої худоби у господарствах всіх категорій</b>							
Україна	24623,4	9423,7	4494,4	2874,0	2644,0	38,3	28,1
Львівська область	1095,4	565,7	251,9	144,3	126,7	51,6	22,4
<b>Кількість великої рогатої худоби у господарствах населення</b>							
Україна	3540,1	4386,4	2968,0	1865,6	1640,6	123,9	37,4
Львівська область	399,6	462,2	227,7	128,1	111,9	115,7	24,2

Джерело: розраховано автором за даними Державної служби статистики України [1, 26-29].

Однією із основних причин згортання м'ясного скотарства та його збитковості є постійний ріст затрат і собівартості продукції, недостатній рівень необхідних дотацій при заготівлі худоби, запровадження вільних цін, які практично не відшкодовують затрат на вирощування тварин. Поряд із низькими цінами, на збитковість виробництва м'яса яловичини мають вплив низькі прирости тварин на відгодівлі та вирощуванні, від чого, в значній мірі, залежить собівартість виробництва і реалізації продукції м'ясного скотарства.

Аналізуючи приведені у таблиці 2 дані, можна зробити висновок, що пріоритетним завданням в галузі скотарства є призупинення тенденції скорочення поголів'я великої рогатої худоби на відгодівлі і дорощуванні з подальшим його нарощуванням.

Щоб цього досягти, дослідження підтверджують необхідність відновлення якісних показників структури стада тварин, зокрема племінних, що позначиться на стабілізації і нарощуванні продуктивності тварин на відгодівлі і дорощуванні. Вузловим питанням підвищення ефективності м'ясного скотарства є забезпечення тварин високоякісними і достатньої кількості кормами. Кормовиробництво для тваринництва тісно пов'язане з використанням наявних ресурсів, які і є джерелами надходження кормів. Наприклад, в умовах Львівської області є, насамперед, земельні ресурси у вигляді кормових угідь: природні кормові угіддя – пасовища, сінокоси та сіяні кормові культури, вирощуванню яких сприяють природно-кліматичні умови регіону. Тому питання кормовиробництва є визначальним для розвитку м'ясного скотарства. Одним із пріоритетних напрямів досягнення цього є наукове забезпечення кормовиробництва, створення реальних умов для виробництва високопоживних кормів у достатній кількості з використанням інтенсивних енергоощадних технологій.

Таблиця 2

**Динаміка виробництва яловичини та телятини у забійній масі, тис. т**

Регіон	1990 р.	2000 р.	2010 р.	2020 р.	2021 р.	2000 р. до 1990 р., %	2021 р. до 2000 р., %
<b>Виробництво яловичини і телятини у господарствах всіх категорій</b>							
Україна	1985,4	754,3	427,7	345,4	310,5	38,0	41,2
Львівська область	91,2	34,8	33,1	24,4	21,6	38,2	62,0
<b>Виробництво яловичини і телятини у господарствах населення</b>							
Україна	177,3	449,1	323,0	260,6	232,6	253,3	51,8
Львівська область	7,7	29,1	30,7	23,2	19,7	377,9	67,7

Джерело: розраховано автором за даними Державної служби статистики України [1, 116-118].

Обмежувальним чинником попиту на м'ясо яловичини та телятини є дещо обмежене споживання, яке склалося на ринку продукції і пов'язане із рівнем доходів споживачів. В той же час, обґрунтованою нормою харчування передбачено, що в раціоні людини частка м'ясопродуктів повинна становити 80 кг на рік, в тому числі яловичини в межах 30-35 кг [2, 37; 3, 63]. Однак, рівень виробництва м'яса ще не відповідає цим рекомендаціям (табл. 3).

Таблиця 3

**Виробництво м'яса на одну особу у забійній масі, кг**

Регіон	1990 р.	2000 р.	2010 р.	2020 р.	2021 р.	2000 р. до 1990 р., %	2021 р. до 2000 р., %
Україна	84,0	33,8	44,9	59,3	58,9	40,2	174,3
Львівська область	65,6	25,7	45,1	51,5	59,2	39,2	230,4

Джерело: розраховано автором за даними Державної служби статистики України [1, 22; 4, 51].

Хоча дані свідчать, що за період з 2010 року відбулися позитивні зрушення як у Львівській області, так і загалом в Україні. Водночас, у зростанні обсягів виробництва м'яса і м'ясних продуктів більша роль належить виробництвам, які можуть забезпечувати сучасну технологію виробництва і переробки сировини, відповідно формування асортименту продукції, яка користується попитом на ринку і є конкурентоспроможною. У Львівській області до таких підприємств слід віднести ТОВ «Дрогобицький м'ясокомбінат», ПФ «Білаки», ТОВ «Барком», ТОВ МП «Плай», які конкурентоспроможність своєї продукції оцінюють в економічному взаємозв'язку із визнанням на ринку продукції м'ясного скотарства.

Щодо маркетингової діяльності, названі підприємства розглядають її як механізм аналізу та інформаційного моделювання ринку за його складовими, як надійний, об'єктивний засіб в управлінні підприємством й організації виробництва в цілому. Маркетинговий супровід діяльності підприємств сприяє стабілізації їх розвитку і розробці стратегічних рішень, зокрема і щодо ефективного використання виробничих потужностей, запровадження нових технологій, подання рекламної інформації, участі у виставках товарів, вивчення кон'юнктури ринку тощо. Важлива роль маркетингу і в

аналізі та напрацюванні пропозицій щодо механізмів поставок готової продукції й розміщення її на ринку з врахуванням її конкурентоспроможності та найбільш привабливого для споживачів асортименту.

Одним із важливих завдань, які відслідковує маркетинг, є оцінка й аналіз передового досвіду роботи підприємств м'ясо-продуктового підкомплексу, в т.ч. і зарубіжних. Досвід ведення скотарства у провідних країнах Європи, Північної та Південної Америки переконливо доводить можливість ефективного виробництва яловичини, передусім, за рахунок вдалого поєднання селекційно-племінної роботи, годівлі тварин та дотримання технологічного процесу, запорукою чого є висока ресурсовіддача і продуктивність галузі [5, 19-21]. Причому, важливою умовою успішної реалізації цієї моделі є забезпечення у цих країнах паритету цін і цивілізованих рівновигідних відносин на ринку м'яса та вдале використання природно-кліматичних можливостей сільського господарства. Не менш значимим для конкурентоспроможного розвитку галузі є надання місцевим фермерам суттєвої державної фінансової підтримки [6, 57]. Проблему забезпечення населення високоякісним м'ясом яловичини в більшості країн вирішують за рахунок нарощування у структурі стада великої рогатої худоби м'ясного напрямку продуктивності [5, 19-21]. В Україні господарства одержують яловичину переважно за рахунок використання на забій поголів'я надремонтного молодняка та вибракуваного поголів'я худоби молочних і молочно-м'ясних порід. В наших умовах вагомим чинником ефективного функціонування м'ясного скотарства є не стільки співвідношення темпів зміни поголів'я, скільки співвідношення чисельності тварин на відгодівлі і корів у структурі стада. Аналіз підтверджує, що найбільших успіхів досягли виробники яловичини, які мають до 60% корів у структурі стада великої рогатої худоби [7, 141].

Однією з умов стабілізації в галузі м'ясного скотарства, підвищення її ефективності та конкурентоспроможності є розвиток та зміцнення інтеграційних процесів в АПК з широким практичним запровадженням маркетингового інструментарію. Важливо використовувати у м'ясопереробній галузі доступні можливості інтеграції із зарубіжними профільними виробництвами, які мають стабільний, ефективний досвід роботи на ринку продукції м'ясного скотарства. Слід відзначити і те, що ринок м'яса і м'ясопродуктів за наявних об'єктивних і суб'єктивних причин виявився найчутливішим до чинників, пов'язаних із непристосованістю виробничо-фінансової діяльності частини суб'єктів, які виробляють м'ясо і м'ясопродукти, до ринкових умов. Тому зміцнення інтеграційних процесів, в т.ч. створення інтегрованих структур, сприяло б об'єднанню фінансових, аграрних, промислових і торгівельних можливостей, що позначалось би на зниженні затрат у процесі виробництва, переробки, зберігання, реалізації продукції, відповідно, ослабленню фінансових, технологічних й організаційних ризиків, вирівнюванню економічних умов для підприємств-учасників інтегрованих структур за рахунок збалансування механізму перерозподілу доходів, навіть ослабленню податкового навантаження за рахунок скорочення кількості посередницьких ланок у виробництві та реалізації кінцевого продукту. Інтеграційні зв'язки сприяють й ефективному функціонуванню ринку продукції м'ясного скотарства, відповідно, підвищенню прибутковості.

Аналіз особливостей функціонування сільськогосподарських підприємств різних форм власності на ринку продукції м'ясного скотарства підтверджує і необхідність удосконалення державної програми розвитку галузі. При цьому важливо розробити механізм, як за рахунок об'єктивно обумовленого рівня платоспроможності досягти суттєвого розширення місткості продовольчого ринку з таким розрахунком, щоб покупець став основним інвестором сільськогосподарського виробництва. Це важливо в тому, щоб інтереси товаровиробника і споживача могли коригуюче впливати на

коливання попиту і пропозиції, відповідно і цін. А тут актуальним стає удосконалення системи взаємовідносин учасників маркетингової лінії від товаровиробника сировини до переробки і споживача продукції. Тому, одним із пріоритетних завдань маркетингу відслідковувати існуючий взаємозв'язок виробництва м'яса, його переробки і попиту споживачів на м'ясні продукти, що надаватиме об'єктивну характеристику стану ринку продукції м'ясного скотарства. Хоча, сам попит на м'ясну продукцію не може виражатись відокремлено від пропозиції.

Звичайно, важливим при вивченні стану м'ясного скотарства є продуманість механізмів доведення готової продукції до споживача. Так, ТОВ «Барком» Львівської області вирішує дане питання через власну торговельну мережу «Родинна ковбаска», яка забезпечує:

- необхідні обсяги й асортимент якісної продукції в обігу від виробника до споживача;
- врахування платоспроможності споживачів;
- зменшення втрат готової продукції.

Без сумніву, такий досвід позитивно позначається і на кон'юктурі ринку продукції м'ясного скотарства, яка склалась в області і відображає взаємозалежність рівня виробництва як сировини, так і готової продукції (яловичини, телятини) з відповідним рівнем цін. Набутий досвід підтвердив свою економічну ефективність і заслуговує на поширення.

### Висновки

Невід'ємною умовою ефективного господарювання у м'ясному скотарстві є використання переваг ринкових відносин і результатів маркетингових досліджень у виробництві конкурентоспроможної продукції. Маркетингова інформація про стан ринку продукції м'ясного скотарства, його інфраструктуру, перспективи розвитку важлива для прийняття рішень на всіх рівнях.

Про проблеми в галузі м'ясного скотарства свідчать дані щодо скорочення поголів'я великої рогатої худоби на відгодівлі у всіх категоріях господарств. Основною причиною цього є збитковість м'ясного скотарства, яка зумовлена низькою продуктивністю тварин і високою собівартістю продукції. На це має вплив рівень технології виробництва продукції, продуктивність праці і, що дуже важливо, породний склад тварин.

Основою нестабільних відносин між переробними підприємствами і сільськогосподарськими товаровиробниками є диспаритет цін на продукцію їх виробництва, сформований не на користь останніх.

Одним з вирішальних чинників, що стримує розвиток м'ясного скотарства, є кормова база. Кормовиробництво має бути сформованою, самостійною галуззю, що матиме факторовідтворювальний вплив на розвиток м'ясного скотарства.

Переробні підприємства, які є суб'єктами ринку продукції м'ясного скотарства, мають свої особливості, й у їх збалансованості значна роль відводиться маркетингу, як механізму, що забезпечує об'єктивність у досягненні мети: вивчення потенційних споживачів і замовників продукції, аналіз їх потреб і вимог, оцінка можливостей виробників, асортименту й обсягу замовлень, робота з контрактами і дослідження конкурентів.

*Перспективним напрямом подальших досліджень є продовження вивчення стану розвитку м'ясного скотарства і ринку продукції цієї галузі.*

**Список використаних джерел**

1. Тваринництво України. Статистичний збірник. Київ. 2022. [https://ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat\\_u/2022/zb/05/zb\\_tv\\_2021.pdf](https://ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2022/zb/05/zb_tv_2021.pdf)
2. Сегеда С.А. Статистичний аналіз споживання м'яса та м'ясопродуктів в Україні. *Економіка АПК*. 2020. №3. С. 36-46 <https://doi.org/10.32317/2221-1055.202003036>
3. Копитець Н.Г., Волошин В.М. Сучасний стан та тенденції ринку м'яса. *Економіка АПК*. 2020. №6. С. 59-67 <https://doi.org/10.32317/2221-1055.202006059>
4. Сільське господарство Львівської області. Статистичний збірник. Львів. 2022. <https://www.lv.ukrstat.gov.ua/ukr/publ/2022/ZB0420220101.pdf>
5. Лівінський А.І. Інноваційний розвиток підприємств тваринництва у контексті формування стратегії реновації. *Інвестиції: практика та досвід*. 2018. №15. С. 18-22. [http://www.investplan.com.ua/pdf/15\\_2018/6.pdf](http://www.investplan.com.ua/pdf/15_2018/6.pdf)
6. Лозинська І.В. Формування та перспективи розвитку галузі м'ясо-молочного скотарства в сільськогосподарських підприємствах: монографія. Суми. 2015. 339 с. <https://repo.snau.edu.ua/bitstream/123456789/7045/1/6.pdf>
7. Тринько Р.І., Гримак А.В. Ринок продукції м'ясного скотарства: стан, перспективи розвитку: монографія. Львів. 2009. 208 с.