

**ФОРМУВАННЯ І ФУНКЦІОНУВАННЯ ПРОДОВОЛЬЧОГО РИНКУ
М'ЯСА ПТИЦІ І ЯЄЦЬ**

Досліджено кількість та стан розвитку ринків з продажу продовольчих товарів, зокрема продукції птахівництва, інфраструктура продовольчого ринку України, наявність та функціонування суб'єктів господарювання, ресторанних підприємств, існуючих каналів розподілу і мережі підприємств роздрібної торгівлі, забезпеченість збалансованим харчуванням населення країни м'ясом птиці та яйцями.

Постановка проблеми

Птахівництво країни є однією з галузей аграрного виробництва, яка останнім часом найбільш інтенсивно і динамічно розвивається та дає можливість в короткі терміни значно збільшити постачання на продовольчі ринки країни висококалорійної продукції – м'яса птиці і яєць з метою збалансованого харчування населення, згідно з існуючими фізіологічними нормами. Адже одне яйце задовольняє добову потребу людини в наступних вітамінах: вітаміні В2 – на 10–12 %, в вітаміні Д – на 10–40 %, А – на 15–16 %, В12 – на 50–100 %. Білок яєць засвоюється організмом людини майже на 100 %. Пташине м'ясо має високу поживну цінність, відмінні дієтичні властивості та смак.

Птахівництво в Україні має давні й глибокі традиції, а вже індустріальні методи ведення галузі були впроваджені в 90-х роках ХХ століття. Побічним наслідком недосконалих ринкових перетворень в аграрній економіці був певний занепад в галузі птахівництва. Тому, знадобилися відповідні додаткові інвестиції та наполеглива праця робітників із відродження цієї галузі та її адаптації до існуючих ринкових умов, хоча і зараз ще спостерігається від'ємне експортне сальдо. Тому проблема формування і функціонування продовольчого ринку м'яса птиці і яєць завжди залишається актуальною і життєво необхідною.

Аналіз останніх досліджень та постановка завдання

Проблемам розвитку галузі птахівництва та забезпечення продовольчого ринку його продукцією присвячено багато публікацій видатних вітчизняних вчених, серед яких фундаментальними є праці під редакцією академіків ААНУ

М.В. Зубця [4], П.Т. Саблука [8], дослідників І.Н. Топіхи [7], В.П.Бородія, М.І. Сахацького, А.І. Вертійчука, В.В. Мельника та інших [1]. Але певні специфічні проблеми організації і функціонування продовольчого ринку вивчені не в повній мірі.

Тому метою даного дослідження є більш поглиблене вивчення інфраструктури продовольчого ринку м'яса птиці і яєць, суб'єктів господарювання, ресторанних

підприємств, існуючих каналів розподілу та мережі підприємств роздрібною торгівлі на ньому представлених, рівня забезпечення збалансованого харчування населення країни м'ясом птиці та яйцями.

Об'єкт та методика дослідження

Об'єктом дослідження є процеси формування та функціонування ринкової інфраструктури продовольчого ринку, ефективного використання каналів розподілу та реалізації виробленої продукції м'яса птиці і яєць, забезпечення збалансованого харчування ними населенням країни.

Методологічну основу дослідження складають методи наукового пізнання, аналізу та синтезу, статистико-економічний, монографічний, які дозволили отримати науково-обґрунтовані результати.

Результати досліджень

Інститутом аграрної економіки УААН при аналізі поточної кон'юнктури ринків сільськогосподарської продукції та продовольства України пропонується виділяти 13 видів ринків: зерновий, борошна, насіння соняшнику, олії, цукру, картоплі, овочів та баштанових культур, плодів і ягід, кормів, молока, м'яса великої рогатої худоби, м'яса свиней, м'яса птиці і яєць [4]. Отже, продовольчий ринок сегментується за видами продукції, кожний з яких має специфічні особливості формування, відповідну інфраструктуру і поділяється на внутрішній та зовнішній ринки.

Суб'єктами ринку продовольства України є всі категорії сільськогосподарських підприємств і господарств, підприємства харчової галузі, заготівельні організації, комерційні структури, оптова і роздрібна торгівля тощо. Ефективність їх формування визначається системою механізмів та факторів, зокрема, інфраструктурою.

Сучасна мережа інфраструктурних формувань України, за даними Міністерства аграрної політики, налічувала 1055 сільськогосподарських обслуговуючих кооперативів, 437 аграрних домів, з яких 89 працюють на кооперативних засадах, 865 оптових продовольчих та 567 оптових плодоовочевих ринків, 320 аукціонів живої худоби та птиці, 34 акредитовані агропромислові товарні біржі [8]. Полісся, враховуючи специфіку виробничого потенціалу і спеціалізацію, займає дещо меншу частку інфраструктурних формувань, порівняно з зонами Лісостепу та Степу. В цій зоні сконцентровано 17,6 % товарних бірж, 26,1 % агроторгових домів. Однак, Полісся має досить велику питому вагу оптово-продовольчих (33,1 %) та оптово-плодоовочевих ринків (36,2 %).

Основною метою цих інфраструктурних формувань є організація продовольчого ринку оптової торгівлі як альтернативного варіанту механізму реалізації сільськогосподарської продукції, відмінного від прямого постачання продукції виробниками у роздрібну торгівлю.

Як показує практика, на ринку продукції агропромислового комплексу ще не склалися тривалі та стабільні зв'язки, відносини сторін не ґрунтуються на дієвій контрактній основі. Споживчий ринок України залишається поки що ринком

деформованої структури попиту внаслідок низької платоспроможності переважної більшості населення та ринком товарів низької якості [8].

Для нього характерним є: висока роздрібненість комерційної мережі; відсутність професійних оптових продавців сільськогосподарської продукції; слабка інфраструктура, відсутність прозорості та високий ризик комерційних операцій; відсутність достовірної кон'юнктурної інформації про ринки продовольства. Досить повільно формується альтернативна схема просування продукції, яка була б адекватною ринковій економіці.

Стабільне функціонування ринків продовольства України передбачає організацію розвинутої інфраструктури аграрного ринку як комплексу елементів, що обслуговують ринковий механізм. Формування ринкової інфраструктури має завдання обслуговувати процес ринкового товарообміну, забезпечувати його надійність, прозорість, стабільність.

Сучасна будова організаційної структури ринкового середовища агропродовольчого сектора України враховує, що реалізація сільськогосподарської продукції відбувається за двома напрямками – через оптову та роздрібну торгівлю. Перша (оптова) пов'язана з постачанням товарів і послуг ринковим посередникам, корпоративним клієнтам, роздрібній торгівлі і є основною складовою ланцюга руху продовольчої продукції й товарів від виробника до споживача. Тому, за існуючої економічної ситуації, виникає гостра потреба запровадження оптових продовольчих ринків.

Другим напрямом продовольчого товарообігу є роздрібна торгівля – безпосередньо споживачам. Специфіка сільськогосподарського виробництва передбачає наявність не біржової продукції (овочі, фрукти, картопля, молокопродукти), яку, в більшості випадків, реалізують через роздрібну торгівлю. Тому розвиток оптової та роздрібно торгівлі сільськогосподарською продукцією на аграрному ринку, як ключові проблеми економічних ринкових перетворень на селі, повинен здійснюватися одночасно, паралельно, комплексно, стабільно і прозоро.

В умовах України, за відсутності належної державної підтримки сільськогосподарських товаровиробників, широкого розповсюдження набула фірмова торгівля, яка стала вагомим засобом забезпечення прибутковості виробництва і не лише не суперечить класичним каналам організації ринкового середовища, а, навпаки, сприяє послідовному їх втіленню в життя.

Що стосується інфраструктурних формувань роздрібно торгівлі на продовольчому ринку країни, то вони історично набували універсальну, змішану основу промислово-господарського типу і в державній звітності окремо не виділяються (табл. 1).

Аналіз даних табл. 1 свідчить, що у 2001 р. мережа підприємств роздрібно торгівлі, порівняно з 1995 р., скоротилася на 30,5 тис. об'єктів, або на 22,8 %, а за 2001 р., відповідно, ще на 6,8 тис. одиниць, або на 7,3 %. Цей процес тривав аж до 2008 р., на кінець якого мережа підприємств роздрібно торгівлі України стала майже в двічі (48,2 %) меншою, ніж була у 1995 р.

Таблиця 1. Мережа підприємств роздрібної торгівлі та ресторанного господарства України, тис. одиниць

Показники	Роки							2008 р. у % до 1995 р.
	1995	2000	2001	2005	2006	2007	2008	
Підприємства роздрібної торгівлі								
Всього	133,7	103,2	96,4	75,2	73,6	71,9	69,2	51,8
в т.ч. магазини	109,5	77,9	72,3	55,8	54,6	52,3	50,5	46,1
з них: міські	61,3	48,1	44,9	36,8	36,9	36,1	25,4	41,4
сільські	48,5	44,9	27,4	19,0	17,7	16,2	15,1	31,1
кіоски	24,2	25,3	24,1	19,4	19,0	19,6	18,7	77,3
з них: міські	20,7	21,7	20,5	16,5	16,0	16,6	15,7	75,8
сільські	3,5	3,6	3,6	2,9	3,0	3,0	3,0	85,7
в розрахунку на 10 тисяч населення								
Об'єктів торгівлі, од.	26	21	20	16	16	16	15	57,7
Торгові площі, кв.м.	2135	1437	1346	1355	1468	1616	1759	82,4
Ресторанне господарство								
Всього об'єктів	40,3	33,1	32,0	27,3	26,3	26,1	24,9	61,8
в т.ч.: міські	29,4	22,9	22,4	19,0	18,3	18,2	17,4	59,2
в сіл. місцевості	10,6	10,2	9,6	8,1	8,0	7,9	7,5	70,7
в розрахунку на 10 тисяч населення, одиниць								
Об'єктів господарюв.	8	7	7	6	6	6	5	62,5
Кількість місць, од.	548	392	380	361	360	361	354	64,6

Джерело: розраховано за даними щорічного статистичного збірника України за 2008 р., с. 297.

Кількість магазинів країни за період, що досліджується, скоротилася на 59 тис. одиниць, або на 53,9 %, переважно в сільській місцевості, де у 2008 р. залишилося лише 15,1 тис. магазинів, або в 3,2 рази менше, порівняно з 1995 р.

Аналогічна тенденція скорочення спостерігається по відношенню до малих підприємств роздрібної торгівлі – кіосків, чисельність яких за період з 1995 по 2008 рр. зменшилася на 5,5 тис. об'єктів, або на 22,7 %. Ліквідовувалися кіоски переважно у міських поселеннях – майже на четверту частину.

Такі стихійні процеси розвитку інфраструктури роздрібної торгівлі в умовах ринкових перетворень призвели до погіршення стану забезпечення населення країни продуктами харчування. В статистичній звітності ці показники обліковуються кількістю об'єктів роздрібної торгівлі та наявним розміром торгової площі в розрахунку на 10 тис. населення. З даних таблиці 1 видно, що у 2008 р., порівняно з 1995 р., кількість об'єктів роздрібної торгівлі в розрахунку

на 10 тис. населення скоротилася з 26 до 15 одиниць, або на 42,3 %, показник розміру торгової площі магазинів, відповідно, знизився з 2135 до 1759 кв. м, або на 17,6 %.

В ресторанному господарстві, яке в переважній більшості успадкувало функції громадського харчування радянських часів, в ринкових умовах ще більшої ваги набуває потреба в продовольчій сировинній базі. Але внаслідок ринкових перетворень щодо удосконалення його діяльності тут також допущено суттєве скорочення інфраструктурних формувань. Якщо у 1995 р. в Україні нараховувалося 40,3 тис. об'єктів ресторанного господарства, в т.ч. 70,6 % у міських поселеннях, то у 2008 р. їх залишилося 24,9 тис. одиниць, на 38,2 % менше. Забезпеченість на 10 тис. населення за відповідний період скоротилася з 8 до 5 одиниць, а кількість місць в них зменшено з 548 у 1995 р. до 354 у 2008 р., або більше ніж на третину.

Таблиця 2. Кількість та структура ринків з продажу споживчих товарів в Україні (одиниць на кінець року)

Роки	Кількість ринків	у тому числі:					
		продовольчі		непродовольчі		змішані	
		кількість	в % до загальної кількості	кількість	в % до загальної кількості	кількість	в % до загальної кількості
2005	2886	502	17,4	719	24,9	1665	57,7
2006	2890	498	17,2	736	25,5	1656	57,3
2007	2834	477	16,8	712	25,2	1645	58,0
2008	2785	425	15,3	705	25,3	1655	59,4
2008 у % до 2005	89,6	84,7	х	98,1	х	99,4	х

Джерело: розраховано за даними щорічних статистичних збірників України за 2005, 2006, 2007 роки, та за 2008 р., с. 297.

Структурні зміни в розвитку інфраструктури роздрібною торгівлі частково зв'язані із збільшенням чисельності ринків з продажу споживчих товарів. За статистичними даними, у 1995 р. в Україні обліковано 1282 ринки з продажу споживчих товарів; у 2000 р. – 2514 одиниць, в двічі більше; у 2001 р. – 1715 од.; у 2002 р. – 2863 од.; у 2003 р. – 2891 од.; у 2004 р. – 2869 од. Чисельність та структура ринків з продажу споживчих товарів за 2005–2008 рр. приведені в табл. 2.

Співставлення даних цієї таблиці показує, що починаючи з 2005 р., функціонування чисто продовольчих ринків в країні ще мало певну тенденцію до скорочення їх кількості з 502 до 425 (на 15,3 %), тоді як загальна чисельність їх зменшилась на 10,4 %, чисельність непродовольчих та змішаних ринків, а також їх частка в загальній кількості стабілізувалася, що свідчить про завершення цього процесу.

Динаміка роздрібного товарообороту підприємств торгової мережі країни, за даними статистичної звітності, наведена в табл. 3.

Таблиця 3. Товарна структура роздрібного товарообороту підприємств торгової мережі в Україні, млн грн

Показники	2000 р.	2004 р.	2005 р.	2006 р.	2007 р.	2008 р.	2008 р. у % до 2000 р.
Всі товари в млн грн	28757,4	67556,1	94332,4	129951	178233	246903	8,58 р
в відсотках	100	100	100	100	100	100	х
в т.ч. продовольчі товари	14230,7	29641,7	34839,2	44497,7	56444,4	76632,1	5,39 р
в % до загальної кількості	51,9	43,9	37,1	34,2	31,1	31,1	- 20,8
М'ясо і м'ясні продукти	1788,1	3800,3	5175,3	6771,0	8447,3	11973,8	6,7 р
в % до загальної кількості	6,2	5,6	5,5	5,2	4,7	4,9	- 1,3
М'ясо птиці (свіже та заморожене)	659,6	1628,4	2317,3	2971,8	3611,7	5207,8	7,89 р
в % до загальної кількості	2,3	2,4	2,5	2,3	2,0	2,1	- 0,2
Яйця	231,7	402,5	441,5	482,3	635,5	1138,1	4,91 р
в % до загальної кількості	0,8	0,6	0,5	0,4	0,4	0,5	- 0,3
Продовольчі товари в мережі ресторанного господарства	х	х	4282,1	5204,5	6550,5	8379,5	1,95 р
в % до загальної кількості	х	х	4,5	4,0	3,7	3,3	- 1,2

Джерело: розраховано за даними щорічного статистичного збірника України за 2008 р., с. 290.

Аналіз даних таблиці 3 свідчить про те, що загальний обсяг роздрібного товарообороту усіх товарів по Україні у 2008 р., порівняно з 2000 р., зріс у 8,6 раза, що пов'язано, частково, із збільшенням кількості проданих товарів, але, переважно, з інфляційними процесами, які відбувалися в цей період. Характерно, що загальна вартість реалізованих продовольчих товарів зросла лише у 5,4 раза, а структура спожитих продуктів харчування знизилася з 51,8 до 31,1 % в загальній товарній масі. Враховуючи фактори зростання цін спожитих двох груп товарів, можна зробити припущення про значне погіршення харчування населення країни.

Серед продуктів харчування населення найбільший попит мають м'ясо та м'ясні продукти, роздрібний товарооборот яких за 2000–2008 рр. зріс у 6,7 раза переважно за рахунок цінового фактора (оскільки протягом 2000–2008 рр. населення України, за статистичними даними, споживало м'яса і м'ясопродуктів

32,8 – 51 кг за рік на одну особу, або 50 – 65 % до фізіологічних норм харчування). В структурі продовольчих товарів сума роздрібного товарообороту м'яса і м'ясопродуктів скоротилася з 6,2 до 4,9 %.

Роздрібний товарооборот від реалізації м'яса птиці (свіжої і замороженої) зріс у 7,9 раза і склав 21 % до загальної кількості. Товарооборот від реалізації яєць всіх видів птиці зріс з 232 млн у 2000 р. до 1138,1 млн грн у 2008 р., або в 4,9 раза, але їх частка в загальному обсязі товарообігу країни знизилася з 0,8 до 0,5 %.

Статистична звітність України виділяє 4 основні напрями (канали) реалізації птиці аграрними підприємствами на продовольчому ринку:

1. Переробним підприємствам (включаючи організації споживкооперації).
2. Населенню в рахунок оплати праці, пайовикам за землю і майнові паї.
3. На ринках через власні магазини і кіоски.
4. За іншими каналами реалізації (комерційні структури, зарубіжні країни тощо).

Загальні показники за каналами реалізації харчової продукції птахівництва, виробленої у сільськогосподарських підприємствах, та структура її реалізації приведені в табл. 4.

Аналіз даних таблиці 4 показує, що ринкові перетворення позитивно вплинули на забезпечення продовольчого ринку продукцією птахівництва завдяки таким факторам, як:

- скоростиглість птиці та швидка окупність вкладених ресурсів;
- скорочення пропозиції на ринку інших видів м'яса (яловичини та свинини);
- створення власних птахофабрик та птахокомплексів. У 2008 р. 81,1 % обсягів вирощеної птиці забезпечили аграрні підприємства і лише 18,9 % – господарства населення.

Найменший рівень виробництва м'яса птиці спостерігався в Україні у 2000 р., коли сільгосппідприємства реалізували на забій птиці лише 48,6 тис. т у живій масі. В наступні 3 роки обсяг її збільшено в 6,3 раза, а до 2008 р. в 16,9 рази. Пропозиція м'яса птиці у забійній масі на продовольчому ринку від сільськогосподарських підприємств протягом 2000–2008 рр. зросла з 35,8 до 635,1 тис. т, або в 17,8 раза, і майже повністю задовольнила попит споживачів. Обсяг виробництва яєць в аграрних підприємствах за період, що досліджується, зріс у 2,8 раза.

Характерно, що ринкові перетворення у птахівництві значно вплинули на структуру реалізації м'яса птиці. Основним каналом реалізації м'яса птиці збережено переробні підприємства, частка яких за 2000–2008 рр. зросла з 21,6 до 30,5 %, а обсяг реалізації збільшено у 23,6 раза.

Таблиця 4. Обсяг, структура та канали реалізації продукції птахівництва на продовольчому ринку України

Показники	2000 р.	2004 р.	2005 р.	2006 р.	2007 р.	2008 р.	2008 р. у % до 2000 р.
I. Виробництво продукції птахівництва у сільськогосподарських підприємствах, тис. т							
Реалізовано на забій птиці в живій масі	48,6	305,9	421,0	544,7	686,3	819,2	в 16,9р
Виробництво м'яса птиці у забійній масі	35,8	229,3	319,8	413,1	527,2	635,1	в 17,7р
Виробництво яєць, млн шт.	2977,3	5530,6	6458,0	7632,8	7604,5	8470,4	в 2,8 р
II. Напрями (канали) реалізації м'яса птиці на продовольчому ринку, тис. т							
Переробним підприємствам	10,5	89,6	130,1	191,7	237,4	249,9	в 23,6р
частка в %	21,6	29,8	30,9	35,2	34,6	30,5	+8,5в.п
На ринку	18,6	57,2	80,4	49,6	53,5	64,7	в 3,5 р
частка в %	38,4	18,7	19,1	9,1	7,8	7,9	-30,5в.п
Населенню	15,5	21,4	18,9	16,3	15,1	13,1	84,5
частка в %	31,9	7,0	4,5	3,0	2,2	1,6	-30,3в.п
Інші канали реалізації	3,9	137,6	191,6	287,1	380,2	491,5	в 126 р
частка в %	8,1	45,0	45,5	52,7	55,4	60,0	+51,9в.п
III. Напрями (канали) реалізації яєць на продовольчому ринку, млн шт.							
Переробним підприємствам	528,6	18,1	23,0	16,2	13,2	10,4	1,97
частка в %	20,6	0,3	0,4	0,3	0,2	0,1	-20,5в.п
На ринку	1749,6	1567,6	1661,7	1805,2	1650,3	1849,6	105,7
частка в %	66,7	32,1	29,2	27,0	24,5	23,9	-42,8в.п
Населенню	157,2	102,2	106,8	78,3	47,1	51,4	32,7
частка в %	1,0	2,1	1,9	1,2	0,7	0,7	- 4,3 в.п
Інші канали реалізації	208,1	3200,2	3908,8	4774,7	5036,9	5817,8	в 27,9р
частка в %	7,9	65,5	68,5	71,5	74,6	75,3	-67,4в.п

Джерело: розраховано за статистичними даними – Тваринництво України. Держкомстат України за 2008 р., с. 177, 198, 218. Сільське господарство України. Статистичний збірник – 2008 р., с. 130–134].

Обсяг реалізації м'яса птиці на ринку (через власні магазини та кіоски) збільшено у 3,5 раза, хоча частка цього каналу торгівлі скоротилася з 38,4 до 7,9 %. Кількісно скоротилася реалізація м'яса птиці населенню в рахунок оплати праці, оренди та громадського харчування і його частка в загальному обсязі. Ще більшого обсягу (в 126 разів) набув обсяг збуту через інші комерційні канали реалізації, частка яких на ринку м'яса птиці зросла з 8,1 % у 2000 р. до 60 % у 2008 р.

Певні структурні зміни відбуваються стосовно каналів реалізації на ринку пташиних яєць. Переробні харчові підприємства, використовуючи яєчну продукцію, скоротили споживання яєць з 528,6 млн шт. у 2000 р. до 10,4 млн шт. у 2008 р., або в 50 разів, а частку їх в загальній кількості з 20,6 до 0,1 %. Досягнутий за минулі роки у сільгосп підприємствах приріст виробництва яєць у

2,8 раза обумовлений зростанням попиту з боку населення, яке збільшило споживання яєць, оскільки це дешевий і якісний заміник більш дорогих продуктів харчування білкової групи. За іншими комерційними каналами збуту, у 2008 р. реалізовано яєць у 27,9 раза більше ніж у 2000 р., а їх частку споживання у загальній кількості доведено до 75,3 %.

Державна статистична звітність щорічно приводить дані про баланси споживання м'яса птиці, яєць та яйцепродуктів (табл. 5).

Аналіз таблиці 5 показує, що загальний обсяг вітчизняного виробництва м'яса птиці протягом 2005–2008 рр. зріс майже в 1,6 раза, а його частка у фонді споживання збільшилася з 75,9 до 79,9 %.

Таблиця 5. Баланс споживання м'яса птиці на харчування населенням України, тис. т

Показники	2005 р.	2006 р.	2007 р.	2008 р.	2008 р. в % до 2005 р.
Виробництво	497	589	689	794	159,7
Зміна запасів на кінець року	4	1	2	46	в 11,5р
Імпорт	180	155	147	262	145,1
Усього ресурсів	673	743	834	1010	150,1
Експорт	15	1	7	9	60,0
Витрачено на нехарчові цілі (на корм, втрати тощо)	4	5	3	7	175,0
Фонд споживання	654	737	824	994	152,0
Спожито усього м'яса і м'ясо-продуктів на 1 особу за рік, кг *	39,1	42,0	45,7	50,6	129,4

Примітка: * – включаючи субпродукти і жир-сирець.

Джерело: розраховано за даними статистичного збірника «Сільське господарство України». – 2006 р., с. 137; – 2008 р., с. 143–147].

Але внаслідок його дефіциту, для наповнення внутрішнього продовольчого ринку м'яса птиці (росту фонду споживання на 152 %) країна вимушена була в цей період збільшити імпорт м'ясної продукції птиці з 180 тис. т до 262 тис. т, або на 145,1 %. За цих умов споживання усього м'яса і м'ясопродуктів (включаючи субпродукти і жир-сирець) на 1 особу за рік збільшено з 39,1 до 50,6 кг, або на 29,4 %, що складає 63,2 % до раціональної норми споживання у 80 кг. Отже, для ліквідації дефіциту і досягнення раціональної норми харчування населення, країна вимушена ще певний час при зростанні виробництва м'яса птиці (як найбільш скоростиглої галузі), ще імпортувати м'ясо за кордоном.

Статистичні дані про баланс споживання яєць та яйцепродуктів за 1995–2008 рр. приведено в табл. 6.

Дані таблиці 6 свідчать про позитивне формування балансу споживання яєць населенням країни. В статистичній звітності прийнято переводити яйця та яйцепродукцію з поштучного показника у вагову масу (з розрахунку середньої ваги одного яйця – 57,75 грама). Отже, в динаміці за період з 1995 р. по 2008 р. виробництво яєць за всіма категоріями господарств країни зросло з 544 тис. до

863 тис. т, або майже в 1,6 раза, а загальний обсяг продукції – в 1,5 раза. Імпорт яєць за цей період був незначний – 5–7 тис. т, а експорт продукції – 4–23 тис. т, або зріс в кінці періоду в 5,7 раза. Витрати яєць на інкубацію зросли в 2,4 раза.

Такий баланс забезпечив зростання фонду споживання населенням яєць, включаючи яйцепродукцію з 509 тис. до 697 тис. т, або на 36,9 %. Рівень самозабезпеченості яйцепродукцією у 2008 р. по Україні склав 104,4 % (а всіх видів м'яса і м'ясопродуктів – 81,0 %). Споживання яєць на одну особу у 2008 р. в країні становило 260 штук, при фізіологічній нормі в 280 шт., і зросло по відношенню до 1995 р., на 52 %.

Таблиця 6. Баланс споживання яєць (включаючи яйцепродукти) на харчування населенням України, тис. т *

Показники	Роки							2008 в % до 1995
	1995	2000	2001	2005	2006	2007	2008	
Виробництво	544	508	690	753	822	812	863	158,6
Зміна запасів на кінець року	- 11	2	9	13	35	10	20	191,8
Імпорт	5	2	4	5	3	3	7	140,0
Усього ресурсів	560	508	685	745	790	805	850	151,8
Експорт	4	-	1	1	1	16	23	в 5,8р
Витрачено на корм та інкубацію	47	36	76	91	100	100	115	в 2,4р
Втрати	-	1	5	6	12	11	15	в 15 р
Фонд споживання	509	471	603	647	674	678	697	136,9
Споживання яєць на 1 особу за рік, шт..	171	166	220	238	251	252	260	152,0

Примітка: * – для перерахунку взято середню вагу одного яйця – 57,75 г

Джерело: розраховано за даними Щорічного статистичного збірника «Сільське господарство України», 2008 р., с. 144–147.

Проблему постачання продовольчого ринку продукцією птахівництва в країні забезпечують дві організаційні структури в складі Мінагрополітики і продовольства України:

1. Союз птахівників України, який об'єднує 70 холдингів, компаній, підприємств і обласних асоціацій – виробників м'яса птиці та харчових яєць.

2. Асоціація «Укрптахопром», в організаційну структуру якої входять 25 обласних виробничих об'єднань «Облптахопрому», кожне з яких має птахофабрики, інкубаційні станції та декілька спеціалізованих господарств із виробництва продукції птахівництва.

Висновки

1. Споживчий продовольчий ринок України залишається поки що ринком деформованої організаційної структури внаслідок великої роздрібно-комерційної мережі, відсутності тривалих, стабільних контрактних зв'язків і професійних відносин, відповідних кадрів, внаслідок низької платоспроможності переважної більшості населення, ринком товарів низької якості та високої собівартості. Реалізація продукції та сировини відбувається переважно через роздрібну і частково через оптову та фірмову торгівлю.

2. Мережа підприємств роздрібно-торгівлі у 2008 р., порівняно з 1995 р., скоротилася майже вдвічі, кількість магазинів – в 3,2 раза, малих підприємств роздрібно-торгівлі – на 22,7 %, що призвело до погіршення стану забезпечення населення країни продуктами харчування. Кількість та структура ринків споживчих товарів зросла з 1282 до 2785, або в 2,2 раза. Продовольчі ринки займають в структурі лише 15,3 %, непродовольчі – 25,3 % і змішані – 59,4 %.

3. При рості вартості загальної маси споживчих товарів за 2000–2008 рр. у 8,6 раза, група продовольчих товарів зросла в 5,4 раза, їх частка до загальної кількості скоротилася з 51,9 до 31,1 %, в т.ч. м'яса і м'ясопродуктів з 6,2 до 4,9 %. Вартість реалізації продукції птахівництва за 2000–2008 рр. зросла: м'яса і птиці у 7,9 раза, яєць в 4,9 раза. Проте їх питома вага у роздрібному товарообігу скоротилася на 0,2–0,3 %.

4. Виробництво продукції птахівництва у сільгоспідприємствах значно зросло: яєць в 2,8 раза, м'яса птиці у забійній масі в 17,7 раза. Основними каналами реалізації м'яса птиці залишаються переробні підприємства – 30,5 % та на ринку – 7,9 %. Інші канали реалізації м'яса птиці у 2000 р. склали 8,1 %, а в 2008 р. їх частка зросла до 60 %. Питома вага реалізації яєць в період, що досліджується переробним підприємством, скоротилася з 20,6 % до 0,1 %, на ринку – з 66,7 % до 23,9 %. Іншим каналам реалізація зросла з 7,9 % у 2000 р. до 74,6 % у 2008 р.

5. Аналіз балансів виробництва та споживання яєць і м'яса птиці за 1995–2008 рр. свідчить, що виробництво яєць, в основному, задовольняє потребу населення країни в фізіологічній нормі харчування та на інкубацію (розширене відтворення поголів'я), щодо м'яса птиці, то для вирішення цього завдання власного виробництва не вистачало, а тому імпорт цієї продукції за даний період зріс з 180 до 262 тис.т, або на 45,1 %.

Перспективи подальших досліджень

На заключному етапі формування і функціонування продовольчого ринку продукції птахівництва передбачається дослідження виробничої та маркетингової діяльності двох основних організаційних структур Міністерства аграрної політики і продовольства України – асоціації «Укрптахопрому» та Союзу птахівників України, їх організаційної структури та структури управління,

інфраструктурних формувань, існуючої системи франчайзингу, брендингу та інших методів та каналів просування продукції від виробника до кінцевого споживача, існуючої системи ціноутворення та інших складових комплексу маркетингу.

Література

-
1. *Бородій В.П.* Технологія виробництва продукції птахівництва / [В.П. Бородій, М.І. Сахацький, А.І. Ветрійчук та інші]. – К.: Нова книга, 2006. – 360 с.
 2. *Копитець Н.* Український ринок м'яса птиці / *Н. Копитець* // М'ясний бізнес (рос. мов.). – 2010. – лютий. – С. 77–80; березень. – С. 89–91.
 3. *Минів Р.М.* Ефективність виробничо-господарської діяльності птахівничих підприємств Львівщини / *Р.М. Минів* // Економіка АПК. – 2008. – № 2. – С. 52–57.
 4. Наукові основи агропромислового виробництва в зоні Полісся і Західного регіону України / за ред. *М.В. Зубець, В.П. Ситника*. – К.: Урожай, 2004. – 558 с.
 5. *Сендецька С.В.* Прогнозування обсягів виробництва яєць на регіональному ринку продукції птахівництва (Львівська область) / *С.В. Сендецька* // Економіка АПК. – 2009. – № 7. – С. 124–133.
 6. Сільське господарство України – 2008 рік: стат. зб. / Держкомстат України. – К.: Департамент статистики сіл. госпо-ва та навколиш. середовища, 2009. – С. 143–147.
 7. *Тоніха І.Н.* Відродження попиту та пропозиції, їх еластичність за ціною на ринку продукції птахівництва Миколаївської області / *І.Н. Тоніха* // Економіка АПК. – 2007. – № 3. – С. 122–125.
 8. Формування та функціонування ринку агропромислової продукції: практич. посіб. / за ред. *П.Т. Саблука*. – К.: ІАЕ УААН, 2000. – 556 с.
 9. Щорічний статистичний збірник України – 2008 рік: стат. зб. / Держкомстат України. – К.; 2009. – С. 297.
 10. Тваринництво України – 2008 рік: стат. зб. / Держкомстат України. – К.: Департамент статистики сіл. госпо-ва та навколиш. середовища, 2009. – С. 177, 198, 218.
-