

ЩОДО ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЧНИХ ОРІЄНТИРІВ ПЕРЕРОБНОЇ ГАЛУЗІ ТВАРИННИЦТВА В УКРАЇНІ

Єранкін Олександр Олександрович

д. ек. н., професор, ДВНЗ

«Київський національний економічний
університет ім. Вадима Гетьмана»

Корчомна Карина Вячеславівна

Слухачка магістерської програми,

ДВНЗ «Київський Національний економічний
університет ім. Вадима Гетьмана»

м. Київ, Україна

Вступ. Український агробізнес, на відміну від абсолютної кількості потужних в минулому галузей, не тільки не втратив свій потенціал, а й став основним локомотивом економіки країни, забезпечуючи до 44 % експорту та 20 % ВВП України. Ми можемо спостерігати потужні обсяги інвестицій у цю сферу економіки. Проте, на жаль, розвиток тваринництва не є таким успішним, за виключенням галузі птахівництва: залишилися невирішеними кілька фундаментальних питань. Але, на наш погляд, потенціал тваринництва в Україні залишається нереалізованим, зважаючи на доступну і сприятливу кормову базу. А для цього слід критично переосмислити стратегічні важелі розвитку галузі та скористатися сприятливими трендами щодо інтенсифікації її розвитку.

Мета роботи. Стаття присвячена ідентифікації стану розвитку галузі тваринництва та продуктів її переробки в Україні, ідентифікації сприятливих трендів споживання продуктів переробки продукції тваринництва в Україні та світі та розробці пропозицій щодо формування стратегічних орієнтирів розвитку галузі.

Матеріали і методи. Дослідженню питань трендів розвитку галузі переробки продукції тваринництва були присвячені роботи наступних авторів: Боумэн К., Боришкевич В.І., Белко І.А., Ковінько О.М. Постол А.А. Пуцентейло

П.Р., Толстова С.А. В роботі використовується наступні методи дослідження: емпіричний, статистичний, ілюстраційний, аналіз, синтез.

Результати та обговорення. Аналіз динаміки розвитку галузі тваринництва в Україні (крім птахівництва) в цілому свідчить про наявність певних проблем, які сприяють скороченню обсягів виробництва, незважаючи на те, що продуктивність галузі зростає і наближається до показників країн, на які ми орієнтуємося у своєму розвитку (табл. 1).

Таблиця 1

Кількісні і якісні показники галузі тваринництва в Україні протягом 2010-2019 рр.

Показник/роки	2010	2013	2015 ¹	2017 ¹	2019 ¹
Поголів'я, тис. голів					
ВРХ	4826,7	4645,9	3884,0	3682,3	3332,9
в тому числі корови	2736,5	2554,3	2262,7	2108,9	1919,4
- у населення	x	x	1956	1624,3	1451,6
Свині	7576,6	7576,7	7350,7	6669,1	6025,3
у населення	x	x	3617,9	3103,2	2629,7
Продукція тваринництва, тис. т					
Забійна вага	2724,2	3203,3	2322,6	2318,2	2492,4
Молоко (3,4 %)	10895,6	11190,6	10615,4	10280,5	9663,2
Продуктивність галузі, кг/од. худоби					
Молочна галузь	3981,58	4381,08	4691,47	4874,82	5034,49

Примітки: 1 Дані наведено без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим, м. Севастополя та частини тимчасово окупованих територій у Донецькій та Луганській областях, x – зміна показників статичних даних змінилась починаючи з 2015 року [8]

Безумовно, позитивним є той факт, що продуктивність молочної галузі постійно зростає і у 2019 році була на 26,44 % вищою у порівнянні з 2010 роком. Це пов'язано, насамперед, з тим, що відбуваються структурні зміни: зменшується кількість поголів'я худоби у сільського населення (як і саме населення), проте ми можемо спостерігати збільшення інвестицій у так зване «професійне» тваринництво на індустріальній основі. Звичайно, продуктивність на молочнотоварних фермах, як правило, значно вища, аніж в господарствах

населення. Збільшення забійної ваги, яке ми спостерігаємо, якраз часто пов'язано із вимушеним скороченням поголів'я. В свинарстві ми вже звикли до «негативних» новин стосовно пандемії АЧС, що часто призводило до вимушеного знищення худоби та зупинки інвестицій у його розширення.

Розвиток м'ясного напрямку ВРХ фактично зупинився ще у 1990-х роках, коли стало очевидно, що українські фермери не мають конкурентних переваг займатися цим в промислових масштабах (довгий термін окупності, нестача пасовищ та відсутність дотацій). В результаті, ми спостерігаємо негативний баланс між виробництвом та фондом споживання (табл.2), що свідчить про те, що Україна імпортує продукцію для ліквідації дефіциту.

Таблиця 2

Надходження сировини і фонд споживання продукції переробки тваринництва в Україні у 2010-2019 рр.

Показник/роки	2010	2013	2015 ¹	2017 ¹	2019 ¹
Вироблено вітчизняними виробниками, тис. т					
Молока та молочних продуктів в перерахунку	11249	11488	10615	7514,8	6934,6
М'яса та м'ясних продуктів	2059	2389	2323	2318	2493
Фонд споживання населенням, тис. т					
Молока та молочних продуктів в перерахунку	9470	9232	8995	8496	8428
М'яса та м'ясних продуктів	2384	2281	2179	2195	2252

Примітки:1 Дані наведено без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим, м. Севастополя та частини тимчасово окупованих територій у Донецькій та Луганській областях.[9,10,11]

Негативним фактором, що гальмує розвиток галузі є недосконала система контролю за недотриманням стандартів та недобросовісна конкуренція з боку ряду виробників та імпортерів, коли на ринок потрапляє продукція, що містить замінники тваринницької сировини. М'ясні вироби фальсифікуються через підвищений вміст рідини (вода не може складати більше 5 % у складі продукції), а молочна продукція – через заміну молочних жирів на рослинні.

Добросовісні виробники в таких умовах несуть прогнозовані збитки або недотримують плановий рівень прибутку, адже вимушені знижувати ціни для збереження своєї частки на ринку. Вирішення даної проблеми лежить в площині правового поля та ефективності діяльності інституцій, які контролюють добросовісність конкуренції (з чим в Україні великі проблеми).

Не дивлячись на ці негативні фактори, Україна все ще залишається нетто-експортером тваринницької продукції. Так, за 8 місяців 2020 року Україна експортувала на 10 % більше молока та молочних продукції і у 4,3 рази більше м'яса та їстівних субпродуктів (але це завдяки птахівництву), аніж імпортувала.

Внаслідок постійного зростання закупівельних цін на сировину (молоко коров'яче та живої ваги) переробні підприємства природно змушені підвищувати ціну на продукцію (як правило, сировина може складати 50 % і більше собівартості виробництва). Як наслідок, це призводить до зменшення попиту на якісну продукцію через обмеженість купівельної спроможності українських споживачів та ще більшого зростання попиту на фальсифіковану чи дешеву іноземну продукцію (контрабандну чи субсидовану своїми урядами).

На рівень споживання продукції тваринництва безумовно впливають зміни в самій культурі споживання. Так, значного поширення набуло в наш час вегетаріанство, тобто свідомо відмова від тваринницької продукції із відповідною агітацією поступати аналогічно до інших споживачів. Внаслідок розвитку технологій справжньою загрозою тваринництву є можливе поширення споживання так званого «штучного» м'яса або заміників м'яса.

Проте, в цілому, споживання тваринницької продукції помітно зростає з кожним роком, особливо це стосується країн Південно-Східної Азії (вестернізація населення та перехід на білкову («гамбургерну») дієту). А це, в свою чергу, відкриває широкі перспективи перед українськими виробниками (виробники м'яса птиці вже активно користуються цими можливостями).

Виробникам слід також звернути увагу на інші зміни в споживчих звичках, що вимагає постійної зміни асортименту та виведення на ринок новинок. Наприклад, перспективним є споживання ферментованих продуктів,

тобто тих, які сприяють засвоєнню їжі. Починаючи з 2018 року споживання такої продукції зросло, таким чином це дає зелене світло для таких молочних продуктів як кефір, ряжанка, йогурти і цільне молоко. Останнім часом популярним став рух «з ферми до столу», який революціонізував прагнення споживачів до свіжих, здорових, сезонних продуктів харчування, які виробляються локально. Отже, на основі оцінки головних чинників розвитку бізнесу з виробництва та переробки тваринницької продукції, ми пропонуємо розглянути ряд **стратегічних орієнтирів**, які мають бути реалізовані для ефективного розвитку галузі.

1. Гармонізація законодавства в Україні в частині встановлення **стандартів на тваринницьку продукцію** у відповідності із законодавством провідних розвинутих країн світу, в першу чергу ЄС та головних країн – імпортерів української продукції. Так, наприклад, у 2013 році за підтримки ФАО та Європейського банку реконструкцій та розвитку була створена Українська робоча група молочного сектору. За її підтримки у 2015 році ми отримали зміни до законів щодо якості та безпеки продукції на основі міжнародних стандартів ISO. На базі співробітництва з міжнародними організаціями існує програма для вітчизняних виробників з передачі досвіду найбільших експортів світу – Нової Зеландії, США та країни Західної Європи.

2. Удосконалення взаємодії бізнесу та влади, особливо в частині ветеринарного контролю, лобіювання інтересів вітчизняних виробників та ефективного розподілу та використання дотацій з державного бюджету.

3. Стимулювання і налагодження ефективної роботи сільськогосподарської кооперації як способу зберегти та адаптувати дрібних виробників до сучасних вимог ринкової конкуренції. Сільськогосподарські кооперативи довели свою ефективність в Європейському Союзі (проте не слід забувати про дотації в країнах ЄС). В Україні 21 липня 2020 року був прийнятий Закон України «Про сільськогосподарську кооперацію», який набуде чинності 15 листопада 2020 року. Закон має сприяти тому, щоб українські виробники/ фермери отримали доступ до більшої кількості

фінансових інструментів, до більш якісної сировини, мали можливість збільшити додану вартість, гарантований збут продукції, спрощену систему логістики.

4. Стимулювання інвестицій переробників продукції у розвиток власної сировинної бази та формування вертикальної інтеграції. Це має сприяти стабілізації ризику від коливань цін на сировину та забезпеченню завантаження власних переробних потужностей. Прикладом можуть служити провідні українські агрохолдинги: МХП, Данон, Лакталіс і тд.

5. Стимулювання орієнтації бізнесу на виробництво натуральної та органічної продукції. Бажання людей споживати свіжу їжу може дати поштовх до бурхливого розвитку місцевих господарств або спонукати великих гравців на ринку створювати ферми та переробні заводи на місцях.

6. Створення інноваційних продуктів у відповідності до світових трендів. Яскравим прикладом є цільне молоко, тобто таке як не нормалізується і може бути з відсотковою часткою жиру 3,65-4,0%, споживання якого зросло за даними ФАО. Або, наприклад, введення позиції «Айран» у асортимент ТМ «Яготинське» (зростання популярності азійської кухні). У м'ясному секторі це може бути закупівля свиней беконних порід задля виробництва бекону або виробництво сиров'яленого м'яса.

7. Удосконалення взаємодії між виробниками і торговельними мережами щодо умов постачання та розрахунків (торгівельні мережі часто затримують платежі, що призводить до фінансових розривів для виробників).

Висновки. Розвиток галузі готової продукції тваринництва в Україні відбувається вкрай нерівномірно і містить цілий ряд чинників, які його стримують. Проте, Україна має значний потенціал щодо швидкого та інтенсивного розвитку галузі як щодо внутрішнього споживання, так і експорту. Для цього галузь має модифікуватися під впливом світових трендів та змін споживчих вподобань населення. Основними стратегічними орієнтирами, які мають бути реалізовані для ефективного розвитку галузі є: гармонізація законодавства в Україні в частині встановлення стандартів на тваринницьку

продукцію із законодавством провідних розвинутих країн світу, удосконалення взаємодії бізнесу та влади, стимулювання і налагодження ефективної роботи сільськогосподарської кооперації, стимулювання інвестицій переробників продукції у розвиток власної сировинної бази та формування вертикальної інтеграції, стимулювання орієнтації бізнесу на виробництво натуральної та органічної продукції, створення інноваційних продуктів у відповідності до світових трендів, удосконалення взаємодії між виробниками і торгівельними мережами.

Список джерел:

1. Боумэн к. Основи стратегічного менеджмента: пер. с англ./ К. Боумэн — м.: банки и биржа: юнити, 2007.- 348;
2. Боришкевич В.І. Методологія формування стратегії розвитку сільськогосподарських підприємств// Ж.: Ефективна економіка, – 2014
3. Белко І.А. Стратегія розвитку аграрних підприємств в умовах невизначеності ринкового середовища / Ж.: Вісник херсонського державного університету/ Вип.№9-2014;
4. Ковінько О.М. МАРКЕТИНГОВЕ ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКУ М'ЯСА В УКРАЇНІ // К.: Науковий вісник Херсонського Державного Університету // Вип. № 21, частина 1 –2016, С.113-116
5. Постол А.А. Удосконалення стратегічного управління аграрних підприємств на засадах планування, маркетингу та конкурентних переваг// Ж.: східна Європа: економіка, бізнес та управління / в.№2(07),–2017; було 8
6. Пуцентейло П.Р., Стратегічні напрями розвитку тваринництва України // Ж.: Інноваційна економіка/ Вип.№8 – 2013, С.12-16; було 9
7. Толстова С.А. Сучасні інструменти стратегічного управління сільськогосподарськими підприємствами // Ж.: Економіка:реалії часу/ вип.№2(30),–2017 було 10
8. Державна Служба Статистики Тваринництво// Електронний доступ :http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2006/sg/sg_rik/sg_u/tvar_u.html

9. Державна Служба Статистики Надходження продукції тваринництва на переробні підприємства України 2010-2019// Електронний доступ :http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2019/sg/nmpp/arh_nmpp_u.html

10. Державна Служба Статистики Надходження сільськогосподарських тварин на переробні підприємства 2010-2020 // Електронний доступ :
http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2020/sg/nptpp/arh_nptpp2020_u.html

11. Державна Служба Статистики Баланси та споживання основних продуктів харчування населенням України 2020/ Електронний доступ:
http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2020/zb/07/Zb_bsph2019.pdf