

Первухіна О.М.

УДК 338.43

**СТРАТЕГІЯ ЦІНОУТВОРЕННЯ НА КОНКУРЕНТНОМУ РЕГІОНАЛЬНОМУ РИНКУ М'ЯСОПРОДУКТІВ**

**I. Вступ.** Ринок м'ясопродуктів займає особливе місце серед товарних ринків, оскільки м'ясо є продуктом першої необхідності, що не має аналогів і повноцінних продуктів-замінників. М'ясні продукти є частиною державного стратегічного запасу, а м'ясна галузь вносить значний вклад у формування продовольчої й економічної безпеки України. Виходячи зі значимості м'яса й м'ясопродуктів стійкий розвиток і підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств галузі повинні зайняти одне із пріоритетних місць у продовольчій політиці держави і регіонів.

Науково-практичним аспектам розвитку аграрної сфери, переробної промисловості та ринків харчової, у тому числі м'ясної, продукції присвячені роботи відомих авторів [1-7].

У роботах цих вчених закладено науково-методологічний базис розвитку м'ясної галузі та ринків м'ясопродуктів. Однак комплексні дослідження, присвячені проблемам формування конкурентних регіональних ринків м'ясопродуктів, стратегічного вибору й стратегічної поведінки виробників на основі урахування особливостей регіональних ринків і характеристик конкурентного середовища, розвинені недостатньо. Залишаються маловивченими питання використання конкурентних переваг виробників для задоволення попиту і досягнення стійкого положення на регіональних ринках.

**II. Постановка завдання.** Метою цієї статті є визначення та обґрунтування стратегії ціноутворення на регіональних конкурентних ринках м'ясопродуктів.

**III. Результати.** В умовах ринкової економіки оцінка конкурентоспроможності пропонованої споживачам продукції є необхідною умовою в процесі операційного управління маркетинговою діяльністю.

У сучасних українських умовах господарювання при оцінці економічних можливостей вітчизняних підприємств важливо враховувати не тільки їх внутрішні характеристики, але й зовнішні – вимоги ринку.

При оцінці конкурентоспроможності товару необхідно враховувати не тільки вимоги споживача, але й вимоги, що відносяться в основному до сфери укладання угоди просування товару, такі як оперативність поставки, забезпеченість сировиною, репутація виробника й конкретного постачальника.

Важливою характеристикою товарного ринку, що враховується суб'єктами ринку при формуванні своїх стратегій розвитку, є стан конкурентного середовища на даному ринку, що являє собою сукупність ринкових сил і факторів, що визначають функціонування господарюючих суб'єктів регіональної економіки [8].

В умовах конкуренції на ринку м'ясопродуктів, перевагу одержують лише ті підприємства, які будують свою діяльність на основі інформації про споживачів, їх перевагах. Отже, зростає роль впровадження інформаційних систем, покликаних розробляти стратегічно правильні управлінські рішення. На ринку м'яса й м'ясопродуктів регіону, як правило, діють кілька великих підприємств, які поставляють на ринок більшу частину продукції, і численні дрібні й середні м'ясокомбінати, міні-цехи. Концепція стратегії управління діяльністю в кожному з них повинна вироблятися з урахуванням співвідношення малого, середнього й великого бізнесу на цьому ринку.

У ціні сходяться протиріччя й інтереси попиту та пропозиції, сезонних коливань, зміни доходів споживачів, характеру поведінки споживачів, особливостей сировинного забезпечення, технічного потенціалу й менеджменту конкурентів, методів державного й місцевого регулювання, активізації маркетингового впливу, що видно в запропонованій нами моделі формування відпускнуої ціни на місцевому ринку (рис. 1).

Від організації глибокої переробки худоби за рахунок перерозподілу вартості можна знизити собівартість м'ясопродуктів і відповідні ціни на 20-25%. Значною мірою ціна залежить від виду м'яса, попиту на нього й вартості виробництва у тваринницьких господарствах.

Кон'юнктура ринку, особливості ведення господарської діяльності у тваринництві, коливання попиту опосередковані впливом сезонності виробництва й продажів м'ясопродуктів. Істотні коливання характерні для 4-го кварталу, насамперед, у грудні місяці за яким слідує різкий провал у січні (у період різдвяних канікул споживається куплене наприкінці грудня) і в лютому-березні на які припадає час Великого посту. Для інших періодів більш характерне перегрупування споживання м'ясопродуктів. Так, у літні місяці переважає: консерви й твердокопчені ковбаси, а також у вакуумному упакуванні й знижуються продажі виробів з низьким строком зберігання.

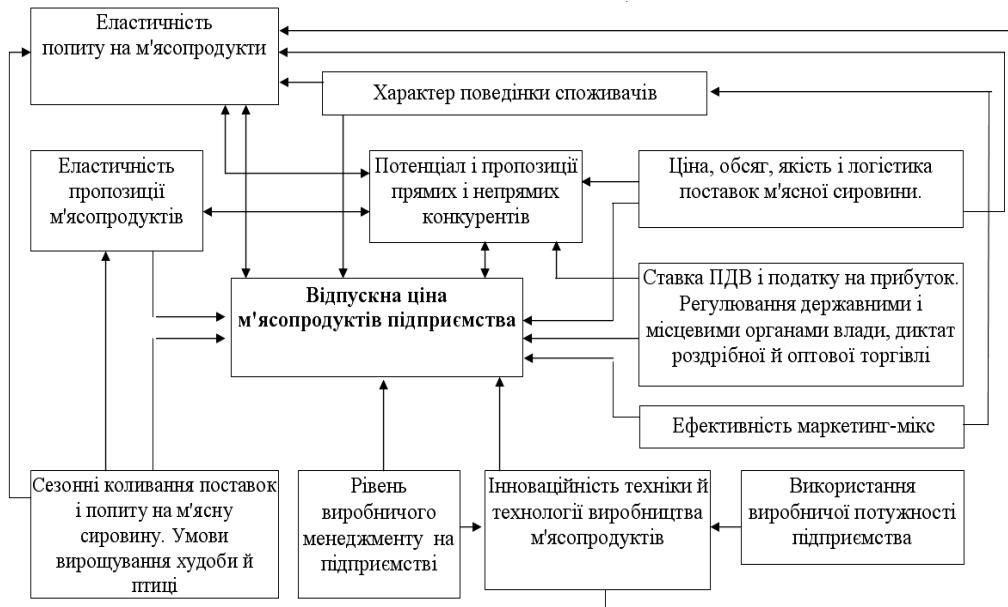


Рис. 1. Структурна модель формування відпускну ціни продукції на м'ясному ринку.

Сезонність багато в чому обумовлена технологією відгодівлі великої рогатої худоби, що дозволяє господарствам знизити собівартість вигодовування в період зеленого конвеєра. Відповідно при масовій здачі худоби пропозиція перевищує споживання. Надлишки доводиться заморожувати, переробляти в продукцію тривалого зберігання. Через це погіршується якість і втрачається до 5-6% ресурсів м'ясопродуктів.

Для прогнозування коливань сезонності й більш точного урахування кон'юнктури в Причорноморському регіоні запропоновані наступні моделі зміни попиту:

1. на м'ясо яловичини:

$$P_{\text{мяі}} = (8,23 - 0,01t)K_{\text{мяі}}^c \quad (1)$$

2. на м'ясо птиці:

$$P_{\text{пти}} = (8,21 - 0,01t)K_{\text{пти}}^c \quad (2)$$

3. на ковбасні вироби:

$$P_{\text{ков}} = (8,25 - 0,004t)K_{\text{ков}}^c \quad (3)$$

де:  $P_{\text{мяі}}$ ,  $P_{\text{пти}}$ ,  $P_{\text{ков}}$  – попит населення регіону, відповідно, на м'ясо яловичини, птиці, ковбасні вироби по місяцях, тис.т;

$t$  – порядкові інтервальні рівні рядів динаміки (номер місяця: 1 – січень, 2 – лютий і т.д.);

$K_{\text{мяі}}^c$ ,  $K_{\text{пти}}^c$ ,  $K_{\text{ков}}^c$  – коефіцієнти коректування сезонності в  $i$ -му місяці, відповідно, по яловичині, птиці й ковбасним виробам.

Восени м'ясокомбінати максимально завантажують камери холодильників. У наступні періоди для виробництва використовують запаси мороженої м'ясної сировини, а охоложене м'ясо поставляється в основному для продажу на місцеве споживання. Це позначається на тенденції росту цін: максимально в 4 кварталі (1,5-1,9%), в 2 і 3 кварталах (1,1-1,3%) і мінімально - улітку (0,5-0,8%).

Для прогнозування цін нами запропоновані наступні моделі:

$$C_t^{\text{ен}} = (1,5 - 0,02t) + K_{\text{аі}}^c \quad (4)$$

$$C_t^{\text{м}} = (3,24 + 1,09t) + K_{\text{аі}}^c \quad (5)$$

де:  $C_t^{\text{ен}}$  й  $C_t^{\text{м}}$  - ціни на м'ясопродукти, відповідно, середньої й ланцюгової процентної трендової зміни;

$t$  – порядкові значення тренда (№  $i$ -го кварталу);

$K_{\text{аі}}^{\text{кк}}$  – розрахункові коефіцієнти коректування сезонності в  $i$ -му кварталі по адитивній моделі.

Запропоновані моделі прогнозування цін дозволяють оцінити можливості задоволення попиту й досягнення збалансованості пропозиції для того, щоб раціонально розподілити зусилля організацій виробників, переробників, оптової й роздрібно й торгівлі м'ясопродуктів для досягнення конкретних комерційних цілей.

Як показали дослідження, для інноваційного вдосконалювання конкурентних переваг ресурсного потенціалу у тваринництві необхідний перехід до стійкого розвитку генетичного потенціалу тварин на базі закупівель племінної худоби, залучення інвестиційних ресурсів з метою придбання сучасного технологічного устаткування для поліпшення умов утримування тварин. Доцільний подальший розвиток особистих підсобних господарств і фермерських господарств. Важливе забезпечення їх державною

підтримкою через лізинг, пільгове кредитування, страхування, формування сільських кредитних, закупівельних і інших споживчих кооперативів, створення системи державних гарантій. Доцільний розвиток мережі заготівельних і постачальницько-збутових структур, виробництв по переробці тваринницької продукції, забезпечення дрібнотоварного сектора молодняком на безоплатній основі та ін.

Важливо вирішити питання максимального використання побічних продуктів забою худоби (вони становлять до половини фізичної маси туші тварини) на харчові, технічні, медичні й інші вигідні для народного господарства регіону цілі.

Значна частина вторинних продуктів (субпродукти 2 категорії, кров, кості, жир, кишкова сировина) використовується вкрай незадовільно, навіть просто знищується, що вилучає з м'ясного ринку значні харчові ресурси. Особливу увагу треба приділити ліквідації втрат у процесі переробки худоби й птиці на всіх етапах виробництва, транспортування, переробки, зберігання й реалізації. Вибір цільової стратегії повинен забезпечити надійну мотивацію у споживачів, особливості купівельної поведінки.

Товаровиробникам, у торгівлі для ефективного ведення господарства важливо знати затребуваність продукції. Для вирішення питань стабілізації й підвищення ефективності функціонування ринку м'ясопродуктів необхідний механізм інтеграційних взаємин, як незамкнутої системи, заснованої на комерційних відносинах з партнерами й споживачами, що сприяє консолідації аграрного, промислового, фінансового й торговельного капіталу.

Цього вимагає формована складність взаємин партнерів на всіх трьох етапах ринку м'ясопродуктів (ринок худоби й птиці, оптовий і роздрібний ринок м'ясопродуктів), яку можна простежити з моделі, представленої на рис.2.

Необхідний розвиток оптових сільськогосподарських ринків і торговельних місць, призначених для торгівлі товаровиробниками регіону виробленою продукцією.

Оптові ринки дозволяють реалізовувати продукцію в розширеному асортименті у великих розмірах, висуваючи вимоги до постачальників по якості, асортиментам, упакованню, строкам зберігання, сприяють оптимізації витрат на виробництво й обіг, ефективному використанню наявних ресурсів.



Рис. 2. Взаємодія учасників м'ясного ринку Причорноморського регіону.

**IV. Висновки.** Основні резерви розвитку регіонального ринку м'ясної продукції закладені в раціональному використанні трудових, матеріальних і фінансових ресурсів, в оптимізації структури виробництва й споживання, міжгосподарській кооперації й інтеграції, в удосконалюванні маркетингової діяльності, поліпшенні якості виробництва й продажів, тобто через підвищення рівня ефективності суспільного виробництва.

#### Джерела та література:

1. Богданова О. В. Проблеми межотраслевого обміну в м'ясном підкомплексі / О. В. Богданова // *Економіка сільськогосподарських і переробляючих підприємств*. – 2003. – № 11. – С. 20-22.
2. Гончаров В. Д. Вопросы развития мясного подкомплекса / В. Д. Гончаров, В. Маримян // *Економіка сільського господарства* – 1987. – № 6. – С. 16-23.
3. Данкверт С. А. Рынок животноводческой продукции и его регулирование / С. А. Данкверт // *Економіка сільськогосподарських і переробляючих підприємств*. – 2004. – № 1. – С. 7-11.
4. Дейнеко Л. В. Економічні проблеми розвитку харчової промисловості України та її регіонів : дис. ... д-ра екон. наук : 08.10.01 / Л. В. Дейнеко; Рада по вивч. продуктив. сил України. – К., 1999. – 440 с.

5. Кузубов М. В. Аналіз і оцінка ситуації на ринку агропродовольчих товарів в Україні / М. В. Кузубов // Економіка АПК. – 2002. – № 6. – С. 88-91.
6. Мостенська Т. Л. Особливості формування попиту і пропозиції на ринку харчових продуктів / Т. Л. Мостенська // Економіка АПК. – 2003. – № 1. – С. 113-119.
7. Романенко І. П. Роль державної підтримки у формуванні конкурентоспроможності підприємств агропромислового комплексу / І. П. Романенко // Економіка і регіон. – 2006. – № 4 (11). – С. 106-112.
8. Аристархова М. К. Маркетинговое исследование товарных рынков / М. К. Аристархова. – Уфа, 1997. – 105 с.

**Ахромкін Є.М.**

**УДК 65.012.32**

## **АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ ТА ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ РИНКУ ПРАЦІ В УКРАЇНІ**

**Постановка проблеми.** Сучасний стан ринку праці України характеризується масштабними структурними і динамічними змінами, які відбуваються на цьому ринку, посилюванням конкурентної боротьби підприємств за залучення кваліфікованого персоналу, формуванням нових вимог до персоналу з боку роботодавців. Тенденції розвитку ринку праці, посилення взаємозв'язку між його суб'єктами впливають на формування нових професійно-кваліфікаційних вимог до персоналу підприємств, визначають умови та можливості залучення та використання персоналу, зумовлюють напрями подальшого розвитку персоналу промислових підприємств. Необхідність визначення стану та тенденцій розвитку ринку праці, які впливають на можливості формування та розвитку персоналу промислових підприємств, визначають актуальність теми дослідження.

**Аналіз останніх досліджень.** Дослідження проблем розвитку ринку праці в Україні містяться у багатьох наукових та аналітичних джерелах. Серед науковців, які просліджують в своїх роботах розвиток ринку праці, можна відмітити Н.Д.Лук'яненко, І.Р. Бузько, А.Е.Воронкову, В.І.Крупка, К.В.Клецову та ін. [1,2]. Завдяки цим та іншим ученим було закладено підґрунтя маркетингових досліджень ринку праці, визначені основні чинники, що впливають на сучасний розвиток цього ринку. Цінну інформацію для дослідження ринку праці містять статистичні та аналітичні джерела інформації, а також великі Інтернет-портали, такі як [JOB.ukr.net](http://JOB.ukr.net), [HEADHUNTER.com.ua](http://HEADHUNTER.com.ua), HR-ліга. У Луганському регіоні інформацію про стан ринку праці можна знайти на сайті Центрального порталу міста Луганська [www.top.lg.ua](http://www.top.lg.ua), а також [www.NEVOLK.com.ua](http://www.NEVOLK.com.ua) – Національному сервері роботи, сайтах кадрових агентств та ін. Необхідність систематизації аналітичних досліджень щодо розвитку ринку праці в Україні та використання їхніх результатів у формуванні персоналу промислових підприємств, зумовлює актуальність теми дослідження та її практичну значущість.

**Мета дослідження.** Визначення стану та тенденцій розвитку ринку праці, що впливають на можливості формування та розвитку персоналу промислових підприємств.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Можливості формування та розвитку персоналу вітчизняних підприємств багато в чому залежать зумовлені станом та тенденціями розвитку ринку праці. Саме тенденції розвитку ринку праці у теперішній час визначають форми й методи конкурентної боротьби роботодавців на ринку праці, шляхи та напрями пошуку і залучення персоналу, особливості застосування антикризового управління персоналом.

Серед основних тенденцій, які характеризують розвиток ринку праці в Україні у 2011 р. порівняно із 2010 р., можна відмітити такі (за даними держкомстату України [3]):

- збільшення рівня економічної активності населення відповідного віку з 72,5% до 72,9%;
- збільшення рівня зайнятості працездатних осіб з 65,6% до 66,8%;
- збільшення потреби підприємств у працівниках – з 63,9 тис. осіб до 87,3 тис. осіб;
- зменшення кількості безробітного населення (за методологією МОП) з 1785,6 тис осіб до 1716,0 тис. осіб, на 0,5%;
- зниження рівня працевлаштування незайнятого населення за допомогою державної служби зайнятості з 41,2% до 40,3%;
- зростання розміру середньомісячної номінальної заробітної плати на 17,6%;
- зменшення обсягу заборгованості з виплати заробітної плати – 17,6%.
- зменшення реальної заробітної плати на 1,4%;
- зменшення кількості економічно неактивних осіб, зневірених у пошуку роботи на 15,9%;
- збільшення кількості осіб, що перебували в стані вимушеної неповної зайнятості (у відпустках без збереження заробітної плати – на 26,6% та працювали в режимі неповного робочого дня – на 11,5%);
- зменшення обсягів самостійної зайнятості – на 7,2%.

Дослідження офіційних статистичних даних та інших джерел інформації [3-5] дозволили визначити низку суперечливих явищ, притаманних сучасному розвитку ринку праці України, які зумовлюють можливості формування та розвитку персоналу вітчизняних підприємств. До таких особливостей розвитку ринку праці слід віднести:

- дефіцит кваліфікованої робочої сили, незалежно від спеціальності та регіону (так званий голод професіоналів);