

АНАЛІЗ ЕКСПОРТУ М'ЯСА КУРЯТИНИ В УКРАЇНІ: СТАН ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ РИНКУ

ANALYSIS CHICKEN MEAT EXPORTS TO UKRAINE: STATE AND DEVELOPMENT TRENDS

УДК 006.83:334.7

Голук В.Я.

к.е.н., доцент кафедри менеджменту та маркетингу
Національний технічний університет імені Ігоря Сікорського»

Голець Н.І.

студент
Національний технічний університет імені Ігоря Сікорського»

Стаття присвячена аналізу експорту м'яса курятини в Україні. Наведено тенденції розвитку ринку курятини на вітчизняних підприємствах та можливості виходу на нові ринки збуту за рахунок впровадження експортних стратегій. Проаналізовано вплив асоційованого членства в ЄС на експорт м'яса курятини в Україні.

Ключові слова: м'ясо курятини, експорт, птахівництво, конкурентні позиції, ПАТ «Миронівський хлібопродукт», експортна стратегія, вертикальна інтеграція, обсяги експорту курятини, ЄС.

Статья посвящена анализу экспорта мяса курятины в Украине. Приведены тенденции развития рынка курятины на отечественных предприятиях и возможности выхода на новые рынки сбыта за счет внедрения

экспортных стратегий. Проанализировано влияние ассоциируемого членства в ЕС на экспорт мяса курятины в Украине.

Ключевые слова: мясо курятины, экспорт, птицеводство, конкурентные позиции, ПАТ «Мироновский хлебопродукт», экспортная стратегия, вертикальная интеграция, объемы экспорта курятины, ЕС.

The article analyzes the chicken meat exports to Ukraine. An poultry market trends in domestic enterprises and opportunities to enter new markets through the introduction of export strategies. The influence of the Association Agreement with the EU to export poultry meat in Ukraine.

Key words: chicken, meat export, poultry, competitive position, «МНП» export strategy, vertical integration, exports of chicken, EU.

Постановка проблеми. На даний момент серед виробників продукції птахівництва спостерігається тенденція зростання виробництва. Саме птахопереробна та птахівництво є ключовими галузями промисловості України з досить високою ефективністю, оскільки забезпечують населення цінним м'ясом і яйцями. Важливу роль відіграє зростання виробництва за рахунок якісних методів та технологій в даних галузях та задоволення відповідно потреби як внутрішнього, так і зовнішніх ринків.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням експортної діяльності та аспектів розвитку промислового сектору виробництва та переробки курятини присвячені праці таких вчених як: Лисицин О.Б., Кузьмичева М.Б., Будченко О.В., Опря А.Т., Буряк Р.І. Актуальність даної проблеми знаходить своє відображення у щомісячних публікаціях та аналітиках на офіційному сайті Асоціації «Союз птахівників України».

Постановка завдання. На основі викладеного можна сформулювати дослідження, яке полягає в здійсненні аналізу експорту м'яса курятини в Україні, діагностика стану та тенденцій розвитку ринку курятини на вітчизняних підприємствах та можливості виходу на нові ринки за рахунок впровадження експортних стратегій. Вплив асоційованого членства в ЄС на експорт м'яса курятини.

Виклад основного матеріалу дослідження. На даний момент створена мережа птахофабрик на території України, яка більш-менш рівномірно займає географічну територію країни в регіональному розрізі. Постійне впровадження прогресивних технологій при будівництві індустріальних птахофабрик, використання сучасних підходів до вирощування птиці дають свої результати станом на даний момент. Найбільше господарське

значення мають кури. Забійний вихід потрошених тушок курей, гусей, качок та індиків складає 57-60%, а напівпотрошених – 77-80%. Можемо спостерігати поступове підвищення продуктивності праці, а також зменшення витрати кормів на одиницю годованої особи.

Сьогодні в Україні функціонує Асоціація «Союз птахівників України», до якої входять птахівничі підприємства, що є високорентабельними, та частка яких є найбільшою у сфері виробництва вітчизняної продукції.

На сьогодні у світі всього близько 30 країн, які є нетто-експортерами м'яса, тобто продають за кордон більше, ніж завозять. У 2014 році вперше до переліку цих країн приєдналася і Україна та зайняла 24 місце в світі, а станом за 9 місяців 2016 року – 21 місце. У найближчі 5 років Україна може увійти до 15 найбільших нетто-експортерів [1, с. 7]. Зростання виробництва курятини відбувається за рахунок нарощування обсягів продукції птахівництва на 6,3% протягом 2016 року. Продукція птахівництва поставляється в основному до Іраку, Нідерландів і Єгипту. На даний момент птахівництво – це єдиний сегмент українського тваринництва, який має доступ до ринків ЄС. Також досить ефективно ця продукція експортується на ринки країн Азії та Африки. Частка імпорту у внутрішньому продовольчому споживанні займає 7%.

Станом на 2016 рік досить очевидна тенденція до монополізації ринку на тлі перекроювання його на користь кількох великих гравців: якщо в 2005 році в сфері птахівництва було зареєстровано близько 500 підприємств, до 2011-го їх число скоротилося до 200, то в даний час в Україні виробництвом курячого м'яса займаються 20 підприємств, перші п'ять з яких займають 89,5% ринку (рис. 1) [3].

Виробники курятини на ринку України (частка ринку, %)

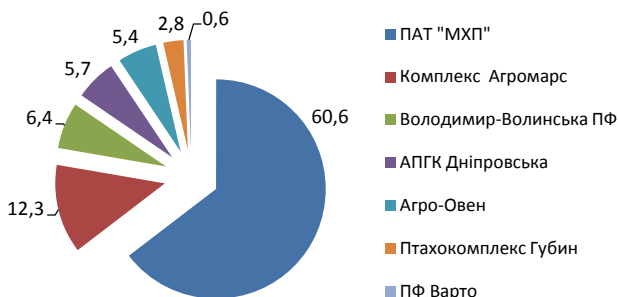


Рис. 1. Виробники курятини на ринку України станом на 2016 рік

Лідер галузі «Миронівський хлібопродукт» (ТМ «Наша Ряба») забезпечує 60,6% загального виробництва, «Агромарс» (ТМ «Гаврилівські курчата») – 12,3%, Володимир-Волинська птахофабрика – 6,4%, Птахокомплекс «Дніпровський» – 5,7%.

Згідно з даними Інвестиційної компанії Dragon Capital, прибутковість бізнесу з виробництва птиці в Україні досягає 20-35%. Основна стаття витрат (55-70% всіх витрат) припадає на корми. Собівартість кілограма готової продукції складає в середньому 15 гривень. Сьогодні найбільшим споживачем української курятини є Ірак – 30 000 тонн. Потім йдуть Узбекистан (23 000 тонн), Казахстан (19 000 тонн), Голландія (11 500 тонн), Молдова (10 000 тонн), Грузія (8800 тонн). Привабливим ринком для експорту є країни Африки – Єгипет, Оман, Лівія, Кот-Д'Івуар, і Близького Сходу – Сирія, Йорданія, Ємен, ОАЕ [2, с. 5].

Споживання м'яса в Україні в 2014 р. становило 52 кг, в 2015 р. даний показник скоротилося на 4% – до 50 кг. Курятина наразі займає майже 50% у структурі споживання м'яса. У першому півріччі 2016 року середня ціна на курятину складала 29,4 грн, що на 11% більше, ніж в першому півріччі 2015 року [2, с. 10]. Підвищення цін порівняно з аналогічним періодом минулого року в основному обумовлене зростанням цін на внутрішньому ринку.

Варто зауважити, що зараз на українському ринку ціни на м'ясо свинини та курятину майже еквівалентні, що якимось не логічно, адже собівартість вирощування свинини набагато вища, ніж птиці. Але все це можна досить просто пояснити наступним чином. Якщо є попит, то буде і пропозиція, і ціна так само залежить від цього. На курятину є попит на внутрішньому ринку, тому і ціна росте. Так само м'ясо птиці хочуть купувати і в інших країнах, тому й експортується. За кордоном курятина коштує дорожче, ніж у нас, тому її краще продавати там. Коли ж наш споживач хоче купувати курятину, то повинен заплатити відповідну ціну.

Основною з проблем, якою стикаються виробники курятини в Україні є логістика і неможливість транспортувати охолоджену продукцію на великі відстані. Саме цей показник робить продаж куря-

тини за кордон низькорентабельною. У розрізі світової економіки лідером з виробництва м'яса птиці є США, вони контролюють 20% всього світового виробництва. На другому місці Бразилія, Китай, а на четвертому місці ЄС. При цьому Бразилія, США і ЄС є світовими експортерами м'яса птиці. ЄС контролює 11% світового експорту [1, с. 9].

У сегменті замороженої продукції українські виробники не можуть конкурувати з Бразилією через більш високу собівартість готового м'ясо продукту. Варто зазначити, що станом на 2016 рік Україна відповідно до положень угоди про асоціацію в ЄС отримала квоти на продаж м'яса птиці з України в ЄС. Кількість, яка була встановлена відповідно до положень встановлена на дуже низькому рівні, всього 16 тис. тонн – це близько 10% всього експорту м'яса птиці України.

Загальний обсяг експорту курячого м'яса, за даними Мінагрополітики, до кінця року складе близько 62 000 тонн. На мою думку, на даний момент не потрібно робити ставку на ЄС як покупця м'яса птиці. У кращому випадку, цю квоту можна збільшити до 20 тис. тонн, але це радикально не змінить ситуацію. Для України важливо розвивати експорт м'яса птиці в інші країни, які готові купувати українську продукцію без громіздкої процедури сертифікації і найголовніше у великих обсягах.

Перспективними напрямками за даними Мінагрополітики є поставки в Іран та Індію, великі надії на поставки м'яса птиці в Китай. Купують українське м'ясо птиці і Єгипет, Йорданія, Саудівська Аравія. На нашу думку, для України дуже важливо перш за все налагодити продаж м'яса птиці в азіатські країни. Це типовий їх продукт. Продати свинину в арабські країни нереально, а ось м'ясо птиці більш ніж. При цьому ринок Індії або Китаю, це величезний ринок, де споживання цієї продукції має стійкий попит, а Україна може тільки нарощувати обсяги і будувати нові птахоферми. Саме завдяки ефективній політиці збуту буде забезпечено зростання економіки [3].

Проаналізуємо лідера м'яса птиці ПАТ «Миронівський хлібопродукт», як головного гравця на ринку курятини. Продукція «Миронівського хлібопродукту» відома під кількома брендами. Найвідоміші серед них: «Наша Ряба» (охолоджена курятина); «Легко!» (заморожені напівфабрикати); «Дружба Народів», «Бащинський», «Європродукт» (ковбасні вироби та копченості), «Сертифікований Ангус» (елітна охолоджена яловичина); «Фуа Гра» (охолоджена і заморожена гусятина та фуа-гра [4].

Для підтримки продажів на внутрішньому ринку ПАТ «МХП» контролює дистриб'юторську мережу, яка складається з 15 дистриб'юторських центрів у великих містах України. ПАТ «МХП» використовує власні вантажівки для доставки своєї продукції, що знижує загальні транспортні витрати і час доставки. Компанія самостійно контролює

доставку продукції в торгові точки. З фабрики продукція розподіляється по 14 логістичним центрам, після чого потрапляє під франчайзингові точки, яких у компанії більше 2600. Схему реалізації та збуту продукції представлено на рис. 2.

Основні напрямки реалізації продукції (близько 61%) – це франчайзингова мережа, супермаркети та інші канали збуту. Близько 34% виробленої продукції ПАТ «МХП» іде на експорт, 5% – це м'ясопереробні підприємства групи ПАТ «МХП»

З початку 2016 року МХП впроваджує свою нову стратегію контролю над обсягами експорту, шляхом створення офісів продажів на первинних експортних ринках. Офіси продажів спрямовані на будівництво локальних розподільних мереж, які закладуть основу для стабільного збільшення експорту.

Основною діяльністю Управління експорту Комерційного департаменту є експорт продуктів харчування на зарубіжні ринки. Продуктовий портфель експорту включає:

- заморожені тушки;

- частини тушок курчат-бройлерів;
- гусячу печінку фуа-гра;
- заморожене м'ясо гусей;
- оптові продукти з м'яса птиці.

Згідно звіту Державної фіскальної служби України найбільшим імпортером української курятини в 2016 залишається Ірак (58,2 млн дол., питома вага – 27,25%), на другому місці – Єгипет (25,3 млн, 11,8%), на третьому – Нідерланди (24,25 млн, 11,4%) [4].

Розглянемо асортиментну структуру зовнішнього торговельного обміну. Станом на 2016 рік вона представлена такими основними торговими марками [4]:

1. ТМ «Наша Ряба»;
2. ТМ «ФуаГра»;
3. ТМ «Легко!»;
4. ТМ «Qualiko»;
5. ТМ Chateau Galicia

На рис. 3 представлено географічну структуру експорту продукції ПАТ «Миронівський хлібопродукт».



Рис. 2. Форми збуту ПАТ «Миронівський хлібопродукт»



Рис. 3. Географічна структура експорту ПАТ «Миронівський хлібопродукт»

Географія експорту – близько 60 країн. В Грузію і Молдову здійснювалися і продовжують здійснюватися регулярні поставки готової продукції ТМ «Легко!» виробництва Миронівського м'ясопереробного заводу «ЛЕГКО», ведеться робота з виведення даної продукції на ринки країн Митного Союзу. Експорт гусячої печінки «фуа-гра» здійснюється в Естонію, Угорщину, Францію. Готова продукція з м'яса птиці ТМ Qualiko і небрендовані напівфабрикати експортуються в ряд країн ЄС (Нідерланди, Німеччину, Францію, Ірландію, Словаччину) і СНД (Узбекистан, Киргизстан, Грузію, Молдову).

МХП продовжує втілювати свою стратегію диверсифікації ринків експорту і шукає нові можливості для бізнесу в країнах Азії, Близького Сходу та Африки, нарощуючи обсяги експорту курятини в ці регіони, серед яких ринок Саудівської Аравії. Компанія продовжує пошук нових можливостей на ринку ЄС [3].

Серед поточних експортних напрямків – 17 країн: Нідерланди, Німеччина, Румунія, Польща, Ірландія, Бельгія, Кіпр, Італія, Литва, Естонія та інші.

Протягом 2013-2016 рр. обсяги експорту готової продукції ПАТ «МХП» зросли. За дев'ять місяців 2016 року експорт м'яса птиці збільшився на 44% і склав 145,2 тис. тон, порівняно з 100,6 тис. тон за дев'ять місяців 2015 року. Станом на сьогодні, за 9 місяців 2016 р. частка експорту становить близько 34% від загального обсягу продажів м'яса птиці (рис. 4).

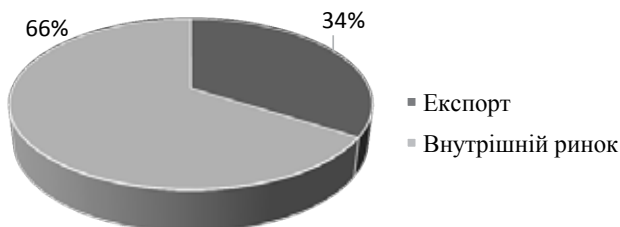


Рис. 4. Частка експорту в обсязі виготовленої готової продукції, 9 місяців 2016 року

У 2016 році географія експортних поставок ПАТ «МХП» розширилася за рахунок співпраці з країнами Близького Сходу, ЄС, Азії та Африки, оскільки обсяги експорту курятини в ці регіони зріс, відповідно: до країн Близького Сходу – на 50%, ЄС – на 26%, до Африки – в 6 разів [4].

Протягом 2013-2015 рр. спостерігаються кардинальні зміни в географічній структурі експорту. Обсяги продажів продукції до Росії, яка була одним із головних покупців, значно впали і знаходяться в межах одного відсотку.

Таким чином, протягом 2013-2015 рр. спостерігається стрімке підвищення експортної діяльності ПАТ «МХП» та нарощується експортний потенціал. З даними досліджень в першій половині

2016 р. частка експорту становила 25% від загального об'єму реалізації. Тобто ще від початку року компанії вдалося збільшити обсяги продажів за кордон на 9%. Окрему увагу слід приділити співробітництву з країнами ЄС. У найближчій перспективі компанія ПАТ «МХП» планує розширити географію своєї експортної діяльності. Багаторічні напрацювання, дотримання європейських та світових стандартів якості, сучасне обладнання та підходи до розробки якості курячої продукції дозволяють виготовити продукцію, враховуючи споживчі тренди різних країн. Варто зазначити, що в 2016 році було впроваджено стратегії контролю над обсягами експорту, головним завданням яких є заснування офісів продажів на первинних експортних ринках. Офіси продажів призначені для створення дистриб'юторських мереж на місцях, які закладуть основу для збільшення обсягів експорту. Створений в травні 2016 року Центр продажу та дистриб'юції в Об'єднаних Арабських Еміратах, розвивається відповідно до плану.

Таблиця 1

Обсяги експорту курятини ПАТ «МХП» протягом 2013-2016 рр.

Рік	Обсяги експорту			Середній курс обміну валют за рік (гривня/долар США)
	в кількісній формі, т	в грошовій формі, млн. \$	у відсотках від готової продукції	
2013	80	85	8	7,9930
2014	120 480	130	20	11,9095
2015	132 040	248	25	21,8290
6 міс. 2016	86 370	250	34	24,5230

Висновки з проведеного дослідження.

З вище наведеного можна зробити наступні висновки, що Україна має достатньо сприятливе середовище для розвитку промислового птахівництва як для задоволення потреб внутрішнього так і зовнішнього споживача. Саме ця галузь на даний момент динамічно розвивається і не вимагає значної підтримки зі сторони держави. Основними чинниками розвитку даної галузі є стабільність процесу купівлі-продажу, а також встановлення такого рівня цін, який би задовольняв суб'єктів ринку. Провідною компанією, яка має перспективи та можливості росту є ПАТ «Миронівський хлібопродукт», оскільки саме використання унікальної бізнес-моделі вертикальної інтеграції дає можливість уникати ризиків та забезпечувати стабільність виробництва та реалізації продукції за допомогою меншої волатильності цін на комбікорми на енергоносії, порівняно з іншими підприємствами-виробниками.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Лисицын А.Б. Мировая практика формирования качества мясного сырья и требования к нему перерабатывающей промышленности // Мясная индустрия. – 2016. – № 9. – С. 6-9.
2. Кузьмичева М.Б. Рынок мяса и мясных продуктов Украины// Мясное дело. – 2015. – № 11. – С. 5-15.
3. Асоціація «Союз птахівників України» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.poultryukraine.com/>
4. ПАТ «Миронівський хлібопродукт» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.mhp.com.ua/uk/operations/poultry>

REFERENCES:

1. Lysytsyn A.B. Myrovaia praktyka formyrovaniya kachestva miasnoho syria y trebovaniya k nemu pererabatyvaiushchei promyshlennosti// Miasnaia yndustryia. – 2016. – # 9. – S. 6-9.
2. Kuzmycheva M.B. Rynok miasa y miasnykh produktov Ukrainy // Miasnoe delo. – 2015. – #11. – S. 5-15.
3. Asotsiatsii «Soiuz ptakhivnykiv Ukrainy» [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : <http://www.poultryukraine.com/>
4. PAT «Myronivskyi khliboprodukt» [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : <http://www.mhp.com.ua/uk/operations/poultry>