

СУЧАСНИЙ СТАН ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ М'ЯСОПЕРЕРОБНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ

CURRENT STATE AND DEVELOPMENT TRENDS OF THE MEAT PROCESSING INDUSTRY OF UKRAINE

У статті проведено дослідження стану ринку м'ясної та м'ясопереробної продукції. Досліджено динаміку кількості підприємств м'ясної та м'ясопереробної галузі України за 2013–2021 рр. Проаналізовано зміни у кількості підприємств за областями України. Досліджено динаміку обсягу виробництва м'яса та м'ясних продуктів у грошовому вимірі за 2014–2022 рр. Виділено найбільш складні періоди у розвитку галузі. Проаналізовано тенденції розвитку ринку ковбасних виробів. Досліджено динаміку виробництва ковбасних виробів за номенклатурними групами. Досліджено компанії з виробництва ковбасної продукції, порівняно частки основних операторів ринку. Розглянуто асортимент продукції, а також споживчі переваги. За результатами дослідження сформувано висновки щодо чинників, які впливають на стан ринку м'ясної та м'ясопереробної продукції, та зумовлюють тенденції у розвитку.

Ключові слова: стан розвитку, обсяги виробництва, обсягу споживання, м'ясна та м'ясопереробна галузь, ковбасні вироби, тенденції розвитку, споживчі уподобання.

The article conducted a study of the state of the market for meat and meat processing products. The dynamics of the number of enterprises in the meat and meat processing industry of Ukraine for 2013–2021 was studied. Changes in the number of enterprises by regions of Ukraine are analyzed. The dynamics of the volume of production of meat and meat products in monetary terms for 2014–2022 was studied. The most difficult periods in the development of the industry are highlighted. The trends in the development of the sausage market are analyzed. The dynamics of sausage production by product groups has been studied. Sausage production companies were studied and the shares of the main market operators were calculated. The level of competition in the market of meat products was studied. The main producers of sausage products are highlighted, the characteristics of the enterprises are provided. Their strong features that provide competitive advantages are highlighted. The range of products, as well as consumer preferences, are considered. Based on the results of the study, conclusions were drawn regarding the factors that influence the state of the market for meat and meat processing products and determine development trends. The state of export-import operations on the market of sausage products was studied. The main importing countries of sausage products were determined and the main enterprises exporting national products were investigated. A study of the profile of the consumer of meat products was conducted, and consumer preferences by gender, age, and other characteristics were analyzed. Factors affecting the state and transformation of the meat and meat products market have been identified. The general trends of changing consumer preferences in the market of meat and meat products are highlighted. The consumption trends of sausage delicacies in Ukraine have been established. The proven influence of the popularization of a healthy lifestyle on the change in the range of products of meat processing enterprises. New trends in the market of meat and meat products were highlighted, including the production of vegan sausages.

Key words: state of development, production volume, consumption volume, meat and meat processing industry, sausage products, development trends, consumer preferences.

УДК 338.439.5:637.5

DOI: <https://doi.org/10.32782/bses.83-8>

Кулаковська Т.А.

д.е.н., доцент кафедри економіки промисловості, Одеський національний технологічний університет

Склярчук І.Д.

магістрантка, Одеський національний технологічний університет

Kulakovska Tetiana

Odesa National University of Technology

Skliaruk Inna

Odesa National University of Technology

Постановка проблеми. Найважливішою проблемою будь-якого українського підприємства, що працює в умовах невизначеності, є проблема його виживання та забезпечення стійкого розвитку. Складність, динамічність, рухливість зовнішнього середовища вимагають постійного моніторингу ринкової кон'юнктури. Бути успішним на ринку підприємством означає своєчасно реагувати на зміни зовнішнього середовища, ефективно використовуючи свої конкурентні переваги. Для прийняття обґрунтованих управлінських рішень щодо стратегічного розвитку підприємств необхідною умовою є проведення діагностики стану та змін зовнішнього середовища. Тому надзвичайно актуальними є питання дослідження поточного стану галузі, зокрема м'ясопереробної, та виявлення тенденції її розвитку, особливо враховуючи важливість галузі в забезпеченні продовольчої безпеки.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням головних віх розвитку м'ясопереробної галузі України присвячені наукові праці таких вчених, як А. Коляда, А. Гриньов, Р. Дзюба,

А. Бергер, Р. Мудрак, Б. Музика, К. Власова та інших. У сегментному розрізі досліджувалися проблеми розвитку галузі у роботах таких науковців, як Куліш Т.В., Доманова О.В., Дьяченко Ю.В., Коняк І.В., Караулова Ю.В., Шпак А.В. та інших. Методологічні аспекти стану та динаміки розвитку ринку розглядалися Зозульовим О.В., Старостіною А.О., Окландером М.А. та іншими вченими. Дослідження стану ринку м'яса та м'ясних продуктів, визначення чинників та тенденцій розвитку м'ясопереробної галузі є надзвичайно актуальним питанням, враховуючи те, що забезпечення населення якісними продуктами харчування є проблемою національної безпеки країни.

Формулювання цілей статті. Метою статті є дослідження стану та динаміки розвитку ринку м'яса та м'ясних продуктів, зокрема ковбасних виробів. А також встановлення тенденцій розвитку м'ясопереробної галузі в Україні.

Виклад основного матеріалу дослідження. Ринок м'яса та м'ясопродуктів в Україні існує через сформовану структуру, яка включає поряд

із сільським господарством ланки первинної обробки і промислової переробки, оптову і роздрібну ланки і також споживачів кінцевої продукції галузі.

Ринок м'ясних продуктів є одним з найбільш великих вітчизняних ринків продовольчих товарів й займає суттєву частину в структурі роздрібного товарообороту. На ринку виробництва м'яса та м'ясопродуктів працюють понад 1700 підприємств. Динаміка кількості підприємств м'ясопереробної галузі за 2013–2021 рр. наведена в табл. 1. Найбільша частка припадає на підприємства з виробництва м'ясних продуктів.

Найбільша кількість підприємств галузі спостерігається у 2015 році, з подальшим коливанням у межах середнього рівня 1725 одиниць. Проте, сьогодні в Україні внаслідок військових дій спостерігається тенденція до скорочення кількості м'ясопереробних підприємств. Так, станом на червень 2022 року працювало лише 75,8% під-

приємств (рис. 1), інші або зруйновані, або закриті, або знаходяться на окупованих територіях.

Станом на початок 2022 року на вітчизняному ринку працювало понад 930 підприємств м'ясопереробної промисловості. Більшість із них знаходилося на території Дніпропетровської, Івано-франківської, Харківської, Київської, Рівненської, Хмельницької та Львівської областей (табл. 2).

Динаміка обсягу виробництва м'яса та м'ясопродуктів у діючих цінах за досліджуваний період має тенденцію до зростання (майже у 3,3 рази). Значні зміни у виробництві продукції м'ясопереробної промисловості відбулися у 2015 та 2021 роках. Якщо у 2015 році зростання обсягу виробництва продукції супроводжувалося збільшенням кількості підприємств-виробників, то у 2021 році – це пов'язане з ціновими ризиками.

Ринок свіжого м'яса і субпродуктів представлений такими сегментами: яловичина, свинина, м'ясо птиці, м'ясо інших тварин (баранина,

Таблиця 1

Динаміка кількості підприємств м'ясопереробної галузі України за 2013–2021 рр., одиниць

Рік	Виробництво м'яса та м'ясних продуктів, всього	зокрема		
		виробництво м'яса	виробництво м'яса свійської птиці	виробництво м'ясних продуктів
2013	1701	579	67	1055
2014	1768	616	78	1074
2015	1982	673	88	1221
2016	1718	619	99	1000
2017	1687	633	103	951
2018	1707	647	97	963
2019	1726	673	102	951
2020	1737	674	110	953
2021	1710	673	103	934

Джерело: систематизовано авторами на основі [1]

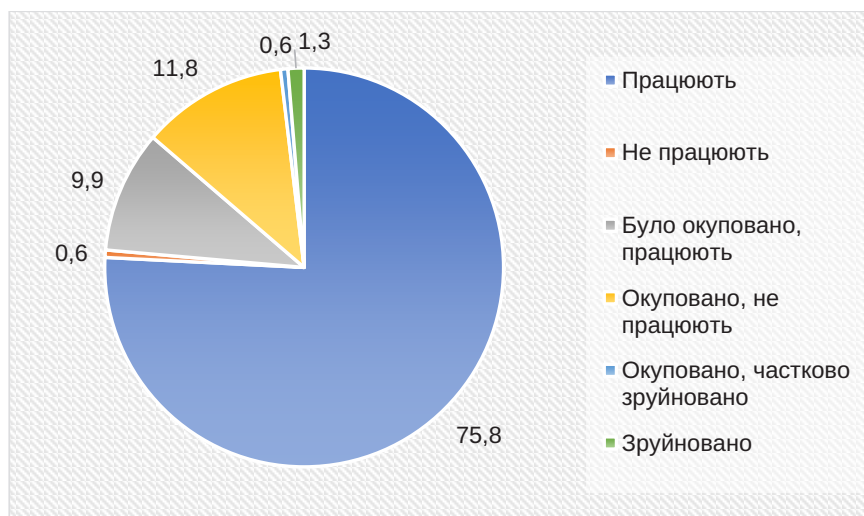


Рис. 1. Співвідношення закритих підприємств-виробників ковбасної продукції, %

Джерело: побудовано на основі [5]

Таблиця 2

Структура розподілу підприємств м'ясопереробної промисловості України по областях за 2020–2021 рр.

Region	Виробництво м'ясних продуктів, одиниць		Структура розподілу суб'єктів господарювання за регіонами, %	
	2020	2021	2020	2021
Україна, всього	953	934	100	100
Вінницька область	50	44	5,2	4,7
Волинська область	37	36	3,9	3,9
Дніпропетровська область	65	68	6,8	7,3
Донецька область	37	29	3,9	3,1
Житомирська область	21	22	2,2	2,4
Закарпатська область	27	22	2,8	2,4
Запорізька область	15	21	1,6	2,2
Івано-Франківська область	84	85	8,8	9,1
Київська область	64	60	6,7	6,4
Кіровоградська область	17	17	1,8	1,8
Луганська область	5	4	0,5	0,4
Львівська область	58	61	6,1	6,5
Миколаївська область	34	29	3,6	3,1
Одеська область	45	43	4,7	4,6
Полтавська область	24	22	2,5	2,4
Рівненська область	68	67	7,1	7,2
Сумська область	10	9	1,0	1,0
Тернопільська область	57	58	6,0	6,2
Харківська область	63	68	6,6	7,3
Херсонська область	4	5	0,4	0,5
Хмельницька область	67	62	7,0	6,6
Черкаська область	16	16	1,7	1,7
Чернівецька область	14	12	1,5	1,3
Чернігівська область	16	14	1,7	1,5
м. Київ	55	60	5,8	6,4

Джерело: розраховано на основі [1]

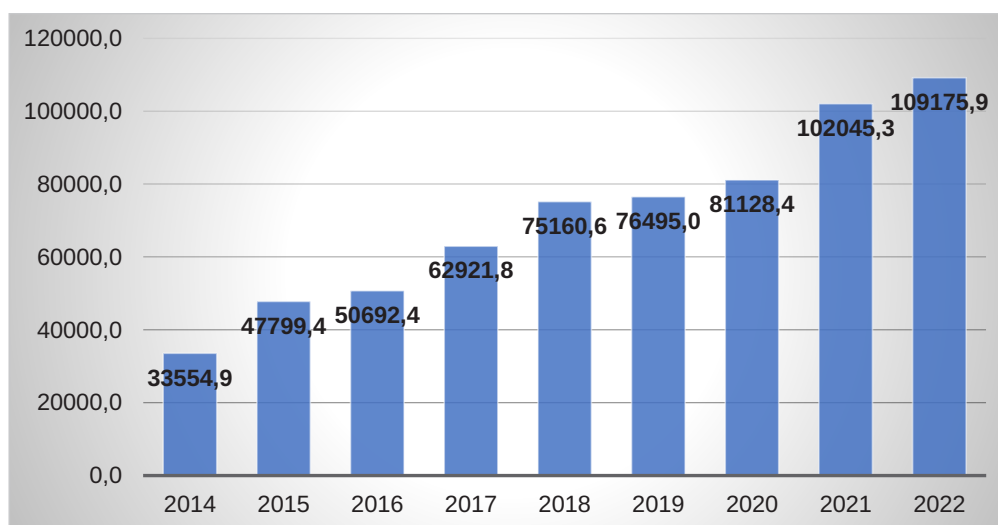


Рис. 2. Виробництво м'яса та м'ясних продуктів за 2014–2022 рр., млн грн

Джерело: побудовано на основі систематизованої інформації [2]

козлятина тощо), включаючи субпродукти. Ринок свіжого м'яса і субпродуктів становить 1,2% всього агропродовольчого ринку України.

Ринок ковбасних та подібних продуктів з м'яса, субпродуктів м'ясних або крові поділяють на виробники ковбасні з печінки (ліверні) та подібні виробники і харчові продукти на їхній основі (крім готових продуктів та страв) і виробники ковбасні та подібні продукти з м'яса, субпродуктів чи крові тварин та подібні виробники і харчові продукти на їхній основі (крім виробів ковбасних з печінки і готових продуктів та страв), що містять ковбаси варені, сосиски, сардельки; напівкопчені ковбаси; ковбаси варенокопчені, сиров'ялені, сирокочені (включаючи «салями»); виробники ковбасні з конини; виробники ковбасні копчено-запечені; виробники ковбасні інші [3].

В табл. 3 наведена динаміка обсягу виробництва ковбасних виробів у натуральному вираженні за 2013–2021 рр.

Аналіз ринку ковбасних виробів засвідчує досить сталу тенденцію. Основу структури виробництва складають виробники ковбасні з м'яса близько 50% та виробники ковбасні варені, сосиски та сардельки з часткою ринку 32–34%. На ковбаси напівкопчені припадає близько 8–9%, на ковбаси варенокопчені, напівсухі, сиров'ялені, сирокочені (включаючи «салями») – 4–6% у структурі ринку.

2013 р. є піком у виробництві ковбасних виробів, після якого майже за всіма групами виробів спостерігається скорочення виробництва. Виняток

становить лише сегмент «Ковбаси варено-копчені, напівсухі, сиров'ялені, сирокочені (включаючи «салями»), які на кінець 2021 р. перевищили рівень 2013 р. Період з 2014 р. можна охарактеризувати, як період затяжної рецесії.

У 2017 лідери галузі зайнялися переобладнанням підприємств, що стало підґрунтям для виробництва товарів, що відповідають європейським нормам якості. 2018 рік був вдалим для ковбасної галузі, однак в подальшому спостерігається певне зменшення обсягів. Введення локдауну в 2019 році внаслідок пандемії Covid 2019 призвело до скорочення ринку ковбасних виробів майже за всіма сегментами: на 4,5% у сегменті виробів ковбасних з м'яса, на 10% – у сегменті виробів ковбасних з печінки, на 5,2% – у сегменті виробів ковбасних варених, сосисок та сардельок. Слід зазначити, що сегмент дорогих ковбасних виробів змін не зазнав.

Загальне недовиробництво ковбасних виробів у 2019 році було частково компенсоване за рахунок значного збільшення імпорту. З 2020 року обсяги виробництва збільшуються, хоча і не значними темпами. З 2021 року можна спостерігати зростання як у грошових, так й у натуральних показниках [3].

Продукти м'ясопереробки є популярними продуктами в Україні. Сегмент відрізняється великою кількістю гравців і широким асортиментом продукції. В основному, на ринку представлена продукція

Таблиця 3

Динаміка обсягів виробництва ковбасних виробів за 2013–2021 рр.

Виробництво ковбасних виробів, тис. тонн	Рік								
	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
1 група	6,98	6,91	7,20	6,22	6,01	5,63	5,06	5,20	5,41
2 група	287,24	260,11	228,84	232,96	247,09	247,82	236,56	236,42	253,77
3 група	190	171	151,17	155,72	168,61	167,47	158,76	156,47	165,25
4 група	52,1	47,3	42,67	40,49	42,10	41,08	40,34	42,04	45,19
5 група	25,6	24,9	21,55	23,91	23,89	24,12	24,25	24,50	29,54
6 група	0,5	0,4	0,31	0,08	0,09	0,16	0,11	к/с	к/с
7 група	1,5	1	1,03	0,88	0,99	0,98	1,21	к/с	к/с
8 група	7	5,5	3,62	3,22	2,95	3,44	3,30	3,20	3,23
9 група	10,9	10	8,50	8,67	8,47	10,58	8,59	8,91	9,29

1 група – Вироби ковбасні з печінки (ліверні) та подібні виробники і харчові продукти на їхній основі (крім страв готових);
 2 група – Вироби ковбасні та подібні продукти з м'яса, субпродуктів чи крові тварин та подібні виробники і харчові продукти на їхній основі (крім виробів ковбасних з печінки та страв готових);
 3 група – Вироби ковбасні варені, сосиски, сардельки;
 4 група – Ковбаси напівкопчені;
 5 група – Ковбаси варено-копчені, напівсухі, сиров'ялені, сирокочені (включаючи «салями»);
 6 група – Вироби ковбасні з конини;
 7 група – Холодець, зельц;
 8 група – Вироби ковбасні копчено-запечені;
 9 група – Вироби ковбасні інші

Джерело: систематизовано авторами на основі [4]

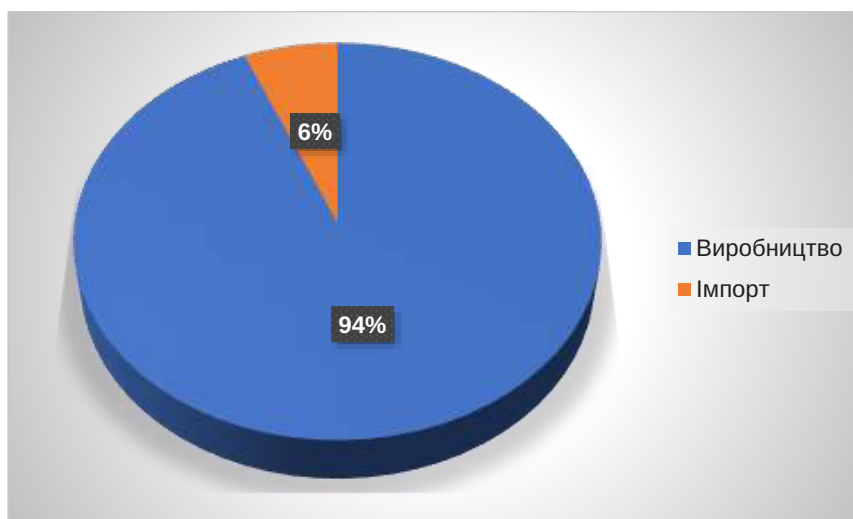


Рис. 3. Структура ринку ковбасних виробів за походженням в 2021 році, %

Джерело: побудовано на основі [5]

українського виробництва, так як українські виробники в більшості орієнтовані на внутрішній ринок.

На українському ринку ковбасних виробів частка імпорту є незначною, внутрішнє виробництво займає майже весь обсяг ринку.

Найбільш широко на ринку представлена продукція великих промислових компаній, які забезпечують масове виробництво основних видів продуктів переробки м'яса (ковбаси, сосиски, копчене м'ясо, котлети та ін.). Конкуренція на ринку є високою, що сприяє розвитку виробництв, впровадження сучасних технологій виробництва, модернізації устаткування, що дозволяє оптимізувати витрати виробництва, скоротити терміни виготовлення продукції і значно поліпшити її смакові якості.

Згідно з останніми дослідженнями майже 50% ринку займають великі компанії, серед яких – «Глобинський м'ясокомбінат», «Бащинський», «Салтівський м'ясокомбінат», «Ятрань», «Алан» «Фаворит плюс», «Ювілейний», «М'ясна гільдія», «Кременчукм'ясо» (рис. 4).

М'ясна фабрика «Фаворит плюс» випускає продукцію під трьома торговими марками: «Ковбасний ряд», «Добров» і «М'ясна лавка». Виробничі потужності знаходяться в с. Ювілейне (Дніпропетровська область). Під кожною торговою маркою випускаються товари різного цінового сегмента.

Глобинський м'ясокомбінат знаходиться в Полтавській області. Продукція підприємства: варені, варено-копчені, напівкопчені, сирокочені та сиров'ялені ковбаси, сосиски, сардельки, шинка, м'ясні делікатеси, ковбаски для смаження, м'ясний хліб і паштети. Всі етикетки виконані в червоних тонах. Текстовий логотип розміщений всередині патерну у вигляді сонячних променів. Компанія також має м'ясну лінійку преміум-класу – сиров'ялені ковбаси «Італійські традиції». На білій лаконічною упаковці розміщений прапор Італії.

М'ясокомбінат «Ятрань» знаходиться на території Кіровоградської області. Асортимент ковбасних виробів становить понад 200 найменувань, серед яких: варені, сирокочені, варено-копчені та напівкопчені ковбаси, сосиски, сардельки, паштет і навіть пельмені з варениками. ТМ «Ятрань» є неодноразовим переможцем дегустаційного конкурсу World Food Ukraine. «Ятрань» випускає дві спеціалізовані серії продукції: «Пікнік» і «Ятранчик». Перша – це асорті з сосисок вагою 410 г, друга серія, розроблена спеціально для дітей – в складі продукції зменшено кількість жирів, спецій і солі, повністю виключено вміст сої і барвників.

Також серед головних гравців ковбасного ринку: ПрАТ «Український Бекон», ПрАТ «Кременчукм'ясо», Салтівський м'ясокомбінат, м'ясна фабрика «Алан».

Майже 20% ринку охоплюють регіональні виробники та близько 30% – дрібні виробники, яких на ринку більше тисячі (домашні копильні і міні-цехи) [7]. Вони поки не можуть скласти конкуренції великим м'ясокомбінатам, так як не можуть забезпечити стабільні високі обсяги поставок продукції. Такі локальні виробники випускають на ринок унікальну, нішеву продукцію, приділяючи велику увагу смаковим якостям і технології виробництва, що дозволяє завоювати цільову аудиторію з рівнем доходом, як правило, вище середнього і високим, для яких важливим фактором є користність продукції і впевненість в якості використовуваних інгредієнтів.

Україна експортує близько 0,08% вироблених ковбасних виробів щорічно, що є мізерною часткою в порівнянні з обсягами внутрішнього споживання. В експорті ковбасних виробів переважають варені ковбаси, сосиски та сардельки. Серед експортерів ковбасних виробів можна виділити топ-виробник м'ясну фабрику «Алан». Найбільша

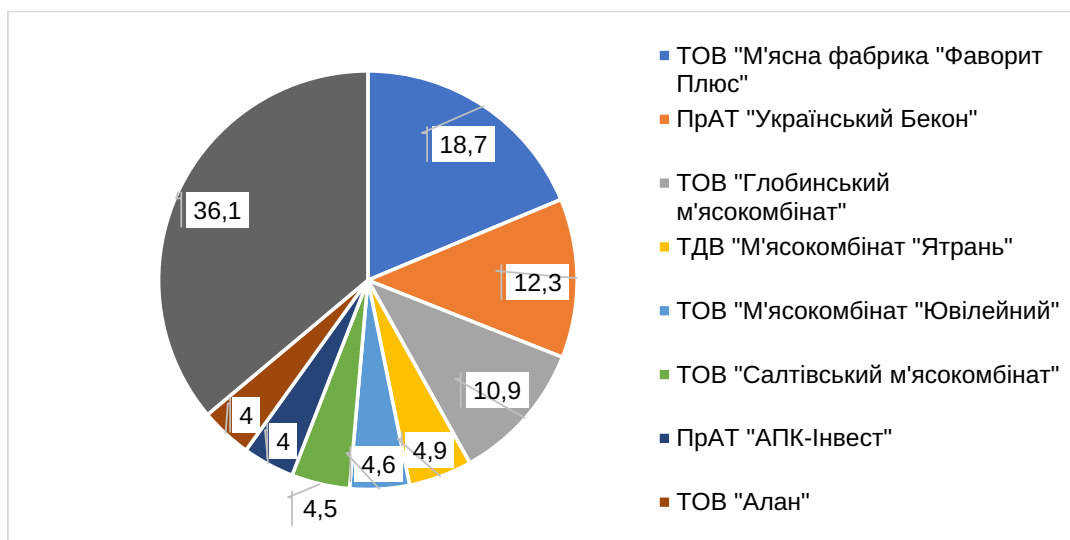


Рис. 4. Частка основних операторів ринку ковбасних виробів, в натуральному вираженні, %

Джерело: побудовано на основі [6]

частка експорту ковбасної продукції припадає на Грузію, Молдову, Азербайджан. Починаючи з 2019 р. в географічній структурі експорту присутні країни Африки [5].

Традиційним для українського ринку ковбас є перевищення обсягів імпортованої продукції над експортованої. В 2019 році спостерігаємо 5-кратне зростання імпорту ковбасних виробів, це пов'язано зі скороченням вітчизняного виробництва ковбас і необхідністю задовольнити попит при зменшеній пропозиції. В 2020–2021 році тенденція до зростання обсягів імпорту продовжується. Зростання імпорту в 2021 році відбулося більшою мірою за рахунок зростання сегменту варених ковбас та сосисок.

До імпортних ковбас та м'ясних виробів входять сервелат, салямі, сальтисон, кабаноси, фуєт, суджук, моргадела, буженина, жамбон, балик, карбонад, прошуто.

Найбільшими країнами-імпортерами ковбасної продукції є Іспанія, Італія, Франція, Німеччина, Польща. Лідерство серед імпортерів тримають мережі супермаркетів («Сільпо Фуд», «АТБ-Маркет», «Метро»), а також компанії, які займаються оптовими імпортними закупками і співпрацюють із супермаркетами та HoReCa [5].

Ковбасні вироби є важливою складовою харчування багатьох українців. Частки різних видів ковбасних виробів у споживанні українців становлять близько 25%, що ускладнює формування портрету споживача, вподобання якого досить індивідуальні.

За статевою та віковою ознакою можна виділити такі групи: неодружені чоловіки надають перевагу ковбасам або м'ясним напівфабрикатам в упаковках 200-500 г; жінки у віці від 25 років – свіжому м'ясу у великих упаковках (від 800 грам).

Студенти, пенсіонери та інші люди з низькою платоспроможністю купують м'ясні та ковбасні вироби рідко і обирають продукцію економ-категорії, надаючи перевагу продукції з курятини. Найбільш популярним на ринку ковбас є сегмент варених продуктів, їх перевагою є нижча ціна, ніж на напівкопчені, копчені та в'ялені вироби. Ліверна (печінкова) ковбаса складає лише 2% ринку [6].

М'ясні делікатеси – найдорожчий сегмент ринку. Споживання м'ясних делікатесів нижче за 10% ринку. Продажі безпосередньо залежать від рівня добробуту. Тому їх купують люди із середнім та високим рівнем доходів, від 30 до 50 років. Більшість купує таку продукцію на свята. Загальна тенденція останніх років – сталість та поступове збільшення попиту на делікатеси. Враховуючи той факт, що покупці, які звикли вживати якісні продукти, не відмовляються від них навіть у період кризи та зниження рівня добробуту, виробники поступово збільшують виробництво преміум-сегменту дорогих ковбас та делікатесів [6].

В складних умовах економічної і політичної нестабільності, воєнного стану в країні ключовими критеріями обрання споживачами м'ясної та ковбасної продукції є великий термін придатності та можливість тривалого зберігання без застосування холодильного обладнання. Важливим критерієм залишається ціна продукції і орієнтир на низький ціновий сегмент.

Висновки. Отже, серед чинників які впливають на стан ринку можна виділити такі:

1. Сировинний чинник. Впливає через зростання цін на м'ясну продукцію, яке є результатом скорочення поголів'я великої рогатої худоби і свиней. Зростання собівартості виробництва продукції відбулося внаслідок збільшення цін на

паливно-мастильні матеріали, електроенергію, підвищення рівня заробітної плати [8].

2. Логістична інфраструктура. Залежить від площ складських приміщень, цін на перевезення. Ковбасні вироби можуть мати дуже різноманітний термін придатності, що впливає на регулювання розміру партій. Кількість холодильних складів і автохолодильників впливає на можливість виробника охопити територію країни своєю продукцією.

3. Розвиток технологій збереження свіжості продукції. Тривале збереження м'яса придатним до споживання дозволяє транспортувати продукцію на значні відстані, охоплюючи різні регіони країни. Упаковка, яка зберігає якість продукції при несприятливих умовах зберігання, дозволить продавати м'ясо навіть в точках з недостатньо якісним обладнанням для зберігання.

3. Технології. Від цього залежить кількість та якість виготовленої продукції, а також рентабельність виробництва [8].

4. Купівельна спроможність населення. Купівельна спроможність населення зростає меншими темпами, ніж рівень споживчої інфляції, що стримує українське виробництво і попит на м'ясні продукти. Все більше покупців віддають перевагу продуктам з курячого м'яса, ніж зі свинини і яловичини. Причиною розповсюдження продукції з м'яса птиці є високий споживчий попит, обумовлений більш низькою вартістю в порівнянні з іншими видами м'яса, меншою калорійністю і хорошими поживними властивостями. Таким чином, виробництво продуктів зі свинини і яловичини в Україні знижується, а ринкова частка продукції з курячого м'яса зростає.

5. Споживацькі вподобання. Залежно від них формується асортимент продукції, а також обсяги виготовлення кожного з видів продуктів. Можна виділити 4 напрями причин зміни споживацьких вподобань: 1) стрімкий розвиток сфери споживання поза домом. Заклади громадського харчування використовують м'ясні напівфабрикати для приготування різноманітних страв від мармурового стейка до котлет для бургерів; 2) популяризація здорового способу життя, що приводить до підвищення попиту на дієтичне м'ясо: курятину, індичку, кролятину; 3) зростання чисельності вегетаріанців, як результат нова тенденція на ринку ковбасних виробів – веганські ковбаси [9]. Це продукт, який виготовлений зі штучного м'яса, яке, в свою чергу, виготовляється з рослинних продуктів – переважно пшениці чи сої; 4) розвиток ринку органічної продукції. Органічна продукція за останні кілька років активно розвивалася, але фокусом більшості українських виробників залишався експортний ринок [10]. Органічне сільське господарство відрізняється набагато більшою

собівартістю виробництва, а тому, готовий продукт коштує дорожче. У 2016 році Кабінет Міністрів прийняв постанову про виробництво органічної сировини тваринного походження і продукції з нього, в якому приділяється увага вимогам до утримання худоби і птиці, натуральності кормів, без шкідливих добавок, забороні застосування ветеринарних засобів та щеплення [8]. Все це впливає на зміну в асортименті продукції і споживчому попиті.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Кількість суб'єктів господарювання за видами економічної діяльності (2010-2021). URL: https://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2012/fin/osp/ksg/ksg_u/arch_ksg_u.htm (дата звернення: 11.09.2023).
2. Державний комітет статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 14.09.2023).
3. Кундєєва Г.О. Розвиток м'ясопереробних підприємств: стратегії, технології. Сучасний менеджмент у вирішенні проблем розвитку підприємств харчової промисловості: моделі, стратегії, технології: колективна монографія / За ред. проф. Н.С. Скопенко, проф. О.І. Драган. Київ: ФОРМ-ЛТД, 2022. 432 с. (С. 255–291)/
4. Обсяг реалізованої продукції (товарів, послуг) суб'єктів господарювання за видами економічної діяльності (2010–2021). URL: https://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2022/fin/pssg/orpsg_ek_2010_2021_ue.xlsx (дата звернення: 12.09.2023).
5. Огляд ринку ковбасних виробів в Україні. URL: <https://proconsulting.ua/ua/issledovanierynka/obzor-rynka-kolbasnyh-izdelij-vukraine-2020-god> (дата звернення: 08.09.2023).
6. Український ринок м'яса і ковбаси. URL: <https://koloro.ua/ua/blog/issledovaniya/ukrainskiyrynok-myasa-i-kolbasyanaliz.html> (дата звернення: 09.09.2023).
7. Рынок колбас и колбасных изделий. Текущая ситуация и прогноз: Каталог готовых маркетинговых исследований, отчетов и обзоров рынка. URL: <http://mi.aup.ru/res/79/562949980189679.htm> (дата звернення: 11.09.2023).
8. Аналіз ринку м'яса та м'ясопродуктів (у тому числі крафт та органіка) в Україні. 2021 рік. URL: <https://pro-consulting.ua/ua/issledovanie-rynka/analiz-rynka-myasa-i-myasoproduktov-v-tom-chisle-kraft-i-organika-v-ukraine-2021-god> (дата звернення: 08.09.2023).
9. Аналіз ринку ковбасних виробів в Україні. URL: <https://inventure.com.ua/uk/analytics/investments/analiz-rinku-kovbasnih-virobiv-v-ukrayini> (дата звернення: 07.09.2023).
10. Інформаційно-аналітичний звіт по ринкам м'ясних виробів. Червень 2019. Ukrainian Food Exports Board. URL: <https://ufood.org.uk/post/informacijno-analiticnij-zvit-po-rinkam-masnih-virobivza> (дата звернення: 03.09.2023).

REFERENCES:

1. Kilkist subiektiv hospodariuvannia za vydamy ekonomichnoi diialnosti (2010–2021) [Number of economic entities by types of economic activity]. Available at: https://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2012/fin/osp/ksg/ksg_u/arch_ksg_u.htm (accessed September 11, 2023).
2. Derzhavnyi komitet statystyky Ukrainy [State Statistics Committee of Ukraine]. Available at: <http://www.ukrstat.gov.ua> (accessed September 14, 2023).
3. Kundieieva H.O. Rozvytok myasopererobnykh pidpriemstv: stratehii, tekhnolohii. Suchasnyi menedzhment u vyryshenni problem rozvytku pidpriemstv kharchovoi promyslovosti: modeli, stratehii, tekhnolohii: kolektyvna monohrafiia / Za red. prof. N.S. Skopenko, prof. O.I. Drahan. Kyiv: FOP Yamchynskiy O.V., 2022. 432 p. (P. 255–291). (in Ukrainian)
4. Obsiah realizovanoi produktsii (tovariv, posluh) subiektiv hospodariuvannia za vydamy ekonomichnoi diialnosti (2010-2021) [Volume of sold products (goods, services) of standardization subjects for calendar economic duration]. Available at: https://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2022/fin/pssg/orpsg_ek_2010_2021_ue.xlsx (accessed September 12, 2023)
5. Ohliad rynku kovbasnykh vyrobiv v Ukraini [Overview of the sausage market in Ukraine]. Available at: <https://proconsulting.ua/ua/issledovanierynka/obzor-rynka-kolbasnyh-izdelij-vukraine-2020-god> (accessed September 8, 2023).
6. Ukrainskyi rynek m'ysa i kovbasy [Ukrainian meat and sausage market]. Available at: <https://koloro.ua/ua/blog/issledovaniya/ukrainskiyrynok-myasa-i-kolbasyanaliz.html> (accessed September 9, 2023).
7. Rynek kolbas i kolbasnyh izdelij. Tekushhaja situacija i prognoz: Katalog gotovyh marketingovykh issledovaniy, otchetov i obzorov rynku [Market of sausages and sausage products. Current situation and forecast: Catalog of ready-made marketing research, reports and market reviews]. Available at: <http://mi.aup.ru/res/79/562949980189679.htm> (accessed September 11, 2023).
8. Analiz rynku miasa ta miasoproduktiv (u tomu chysli kraft ta orhanika) v Ukraini. 2021 rik. [Market analysis of meat and meat products (including kraft and organic) in Ukraine. 2021 year]. Available at: <https://pro-consulting.ua/ua/issledovanie-rynka/analiz-rynka-myasa-i-myasoproduktiv-v-tom-chisle-kraft-i-organika-v-ukraine-2021-god> (accessed September 8, 2023).
9. Analiz rynku kovbasnykh vyrobiv v Ukraini. [Analysis of the sausage market in Ukraine]. Available at: <https://inventure.com.ua/uk/analytics/investments/analiz-rynku-kovbasnih-virobiv-v-ukrayini> (accessed September 7, 2023).
10. Informatsiino-analitychnyi zvit po rynkam miasnykh vyrobiv. Cherven 2019. [Informational and analytical report on the markets of meat products. June]. Ukrainian Food Exports Board. Available at: <https://ufood.org/uk/post/informacijno-analiticnij-zvit-po-rynkam-masnyh-virobivza> (accessed September 3, 2023).