

References:

1. Baliuk S.A., Vernichenko H.A. (2002) Kontsepsiia ekolohichnoho ryzyku dehradatsii gruntovoho pokryvu Ukrainy [The concept of ecological risk of soil degradation of Ukraine]. *Visnyk aharnoi nauky*. 35. Pp. 46–48. [In Ukrainian].
2. Vilna elektronna entsyklopediia Vikipediia. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/Vnutrishnia_validnist [In Ukrainian]
3. Zemelnyi kodeks Ukrainy : Zakon Ukrainy vid 25.10.2001 r. № 2768-III. [Land Code of Ukraine. Law of Ukraine dated October 25, 2001] *VR Ukrainy*. Retrieved from: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/2768-14> [In Ukrainian].
4. Koshkalda I.V. (2009) Podalshyi rozvytok zemelnykh vidnosyn za umovy vykorystannia svitovoho dosvidu [Further development of land relations provided the use of world experience]. *Visnyk Bilotserkivskoho derzhavnoho aharnoho universytetu*, 63, pp. 81–84. [In Ukrainian].
8. Kramarov O.S. Ekonomichne stymuliuvannia ratsionalnogo vykorystannia silskohospodarskykh zemel. [Economic incentives for the rational use of agricultural land]. *Ekonomika APK*. 2019. № 7. pp. 92–100. DOI: 10.32317/2221-1055.201907092 [in English].
5. Krasnolutskyi O.V., Tykhenko R.V., Yevsiukov T.O. (2010) Skladannia proektiv zemleustroiu, shcho zabezpechuiut ekolohe-ekonomichno obgruntovani sivozminy ta vporiadkuvannia uhid. [The preparation of land management projects that provide environmentally and economically sound crop rotations and land management]. *Zemlevporiadnyi visnyk*. № 4. Pp. 14–17 [in Ukrainian].
6. Trehobchuk V.M., Tiutiunyk Yu.M. Orhanizatsiino-ekonomichni mekhanizmy ratsionalnogo vykorystannia i okhorony zemel v umovakh rynku. [Organizational and economic mechanisms of rational use and protection of lands in market conditions.]. *Ekonomika Ukrainy*. 1993. № 11. Pp. 64–69. [in Ukrainian].
7. Wortman P.M. (1983). Evaluation research – A methodological perspective. *Annual Review of Psychology*, pp. 223–260. DOI: 10.1146/annurev.ps.34.020183.001255 [in English].

DOI <https://doi.org/10.51647/kelm.2020.6.1.30>

POTENCJAŁ KRAJÓW AFRYKI SUBSAHARYJSKIEJ DO KONSUMPCJI I EKSPORTU MIĘSA I PRODUKTÓW MIĘSNYCH

Bohdan Shapoval

aspirant Narodowego Centrum Naukowego „Instytutu Gospodarki Rolnej”, (Humań, Ukraina)

ORCID ID: 0000-0001-9242-0552

e-mail: kardvalr@gmail.com

Adnotacja: Zapoznanie się z potencjalnie atrakcyjnymi krajami regionu Bliskiego Subsaharyjskiej Afryki dla eksportu produktów mięsnych, rozważenie rynków obiecujących dla eksportu ukraińskiego mięsa i produktów mięsnych. Wybrano i przeanalizowano dane analityczne dotyczące importu, eksportu i produkcji mięsa i produktów mięsnych przez kraje Afryki Subsaharyjskiej. Zbadano preferencje konsumentów i metody wejścia na rynki krajów. Zbadano czynniki ekonomiczne i polityczne mające wpływ na zagraniczną działalność gospodarczą krajów. W wyniku przeprowadzonych badań wybrano cztery kraje z regionu najbardziej atrakcyjne dla eksportu produktów mięsnych: Angola, Ghana, Wybrzeże Kości Słoniowej i Kongo. Zidentyfikowano główne trendy w produkcji, imporcie i konsumpcji mięsa i produktów mięsnych oraz zaproponowano modele wejścia na każdy z rynków oraz produkty, które mają popyt w odpowiednich krajach.

Słowa kluczowe: przemysł mięsny, eksport, wywóz mięsa i produktów mięsnych, działalność gospodarcza, rolnictwo, wybór rynku eksportowego.

CAPACITY OF SUB-SAHARAN AFRICAN COUNTRIES FOR CONSUMPTION AND EXPORT OF MEAT AND MEAT PRODUCTS

Bohdan Shapoval

Postgraduate Student at the Department

of Economics of Agricultural Production and International Integration

National Scientific Center “Institute of Agrarian Economics” (Kyiv, Ukraine)

ORCID ID: 0000-0001-9242-0552

e-mail: kardvalr@gmail.com

Abstract. Getting acquainted with the potentially attractive countries for export of meat products in the region of Sub-Saharan Africa, consideration of promising markets for the export of Ukrainian meat and meat products. Analytical data on imports, exports and production of meat and meat products from sub-Saharan Africa were collected and analyzed.

Consumer preferences and methods of entering the markets of the countries are investigated. The economic and political factors that influence the foreign economic activity of countries are studied. The study selected four countries from the region that are most attractive for meat exports: Angola, Ghana, Ivory Coast and the Congo. The main trends in the production, import and consumption of meat and meat products are identified, and models for entering each of the markets and products in demand in the respective countries are proposed.

Key words: meat industry, export, export of meat and meat products, foreign economic activity, agriculture, choice of export market.

ПОТЕНЦІАЛ КРАЇН РИНКУ СУБСАХАРСЬКОЇ АФРИКИ ДЛЯ СПОЖИВАННЯ Й ЕКСПОРТУ М'ЯСА ТА М'ЯСНИХ ПРОДУКТІВ

Богдан Шаповал

*аспірант відділу економіки аграрного виробництва та міжнародної інтеграції
Національного наукового центру «Інститут аграрної економіки» (Київ, Україна)*

ORCID ID: 0000-0001-9242-0552

e-mail: kardvalr@gmail.com

Анотація. У статті ознайомлено з потенційно привабливими для експорту м'ясної продукції країнами регіону Субсахарської Африки, розглянуто перспективні для експорту українського м'яса та м'ясних продуктів ринки. Відібрано та проаналізовано аналітичні дані імпорту, експорту й виробництва м'яса та м'ясної продукції країнами Субсахарської Африки. Досліджено вподобання споживачів і методики виходу на ринки країн. Вивчено економічні й політичні чинники, що мають вплив на зовнішньоекономічну діяльність країн. У результаті проведеного дослідження відібрано чотири країни з регіону, що є найпривабливішими для експорту м'ясної продукції: Анголу, Гану, Кот-Д'Івуар і Конго. Визначено головні тенденції у виробництві, імпорті й споживанні м'яса та м'ясної продукції, запропоновано моделі виходу на кожен із ринків і продукцію, що має попит у відповідних країнах.

Ключові слова: м'ясна галузь, експорт, експорт м'яса та м'ясних продуктів, зовнішньоекономічна діяльність, сільське господарство, вибір експортного ринку.

Вступ. Останніми роками активно велися пошуки нових експортних ринків для м'ясної продукції з України. Короткий термін зберігання такої продукції є головною перешкодою у виході на нові ринки, адже продукт повинен не тільки дістатися дистриб'ютора, а й бути доставленим до кінцевого споживача. Для успішного експорту такої продукції необхідно розуміти іноземні ринки, знатися в них і враховувати навіть найменші фактори впливу на споживачів і їхній вибір.

Україна є однією з провідних країн світу щодо виробництва сільськогосподарської продукції та продовольства. Вітчизняні виробники не тільки повністю забезпечують багатьма видами агропродовольчої продукції (товарні групи 01-24 УКТЗЕД) населення країни, а й експортують надлишки за кордон, нарощуючи свою присутність на зовнішніх ринках (Пугачов, 2019: 7).

Основна частина. Регіон Африки в останні десятиліття показує надзвичайний прогрес у всіх сферах. За останнє десятиліття економіка Африки зростала мінімум на 5% на рік, продовжить зростати на тому ж рівні. Прогнозований зріст ВВП може подвоїтися за наступні 10 або 15 років, вирости до 2050 року в 7 разів. Також до 2050 року прогнозують значний зріст населення, 1 млрд із яких становитимуть саме вихідці з Африки. Крім того, очікується подвоєння чисельності групи молодих людей у віці від 15 до 24 років.

Усі вищезгадані процеси матимуть позитивний вплив на економіку та є рушійною силою зростання попиту на продукти харчування, включно з м'ясом і м'ясними продуктами. Також Африканський регіон характеризується значним зростанням власного виробництва, так як регіон володіє 50% світових орних земель. Залучення інвестицій у сільськогосподарську галузь може допомогти й у процесах розвитку країн і регіону загалом.

У країнах на південь від Сахари останнім часом значно зріс ВВП, зростання сягнуло позначки у 60%. Відповідно, зросла і якість життя населення, середній клас збільшився на 90%. Високий попит на сільськогосподарські товари невіддільно пов'язаний з економічним зростанням регіону.

Показники імпорту сільськогосподарських продуктів країнами Субсахарської Африки значно зріс за останні два десятиліття, так само швидко зросла й внутрішня торгівля. Четверть продукції, завезеної з інших країн, є імпортом із регіону, а решта імпортується з віддалених країн світу.

Сьогодні Африка залишається на останніх місцях серед країн за розвитком м'ясної галузі, якщо розглядати її окремо, виділяючи ринок Південної Африки. Усе більше представників країн найбільших експортерів м'ясних продуктів звертають свою увагу саме на цю країну.

За останні 15 чи 20 років м'ясна галузь Африки значно прогресувала, але на заваді розвитку часто стають негативні чинники, такі як, наприклад, загальна бідність населення, відсутність або слабкість інфраструктури або навіть кліматичні особливості регіону. За минуле десятиліття в регіоні значно зросло споживання птиці, курятини в основному, менш помітно споживання яловичини. Згідно з дослідженнями та прогнозами ФАО, до 2050 року споживання м'яса та м'ясних продуктів значно зросте.

Традиційне локальне виробництво та споживання м'ясних продуктів уже не може задовольнити поступово зростаючий попит, що в більшості є результатом зростання поширення урбанізації.

М'ясо є основним складником південноафриканської кухні, воно складається з різних одомашнених і диких видів тварин. Споживання м'яса головним чином залежить від його наявності, ціни, спадщини та культури південноафриканців (Erasmus, 2017: 73).



Рис. 1. Споживання тваринного протеїну в регіоні Субсахарської Африки

Відповідно, попит у більшості випадків можливо буде задовольнити лише імпортованими продуктами, тому регіон є надзвичайно сприятливим експортним ринком. Хоча показники споживання м'ясних продуктів не займають лідируючі у світі позиції.

Виробництво їжі в країнах Субсахарської Африки зростає здебільшого, оскільки дедалі більше лісових угідь очищується під сільське господарство. Але реальний прогрес виявляється через сільськогосподарські врожаї (Чаувін, 2012: 7).

Субсахарська Африка залишається ринком з постійно зростаючим ВВП, зростання постійно коливається в межах 5%. Швидко зростає кількість молодого й активного середнього класу, що сповнює ринок потенціалом і перспективами. За рейтингом Індексу розвитку африканського ритейлу, ринок Субсахарської Африки поділяється на три етапи розвитку: зрілі ринки, ринки, що активно розвиваються, базові ринки. Кожен з етапів характеризується перевагами для розвитку роздрібної торгівлі, у країнах продовжує розвиватися будівництво торговельно-розважальних центрів, супермаркетів і гіпермаркетів.

До базових ринків належать Ефіопія, Танзанія, Замбія, Гамбія, Кот-Д'Івуар, Сенегал, Руанда й Ангола. У зазначених країнах більше реалізуються сухі продукти, майже відсутньою є торговельна культура (у формальному її вигляді), а ключовим фактором, що впливає на вибір покупки, є вартість продукції.

До ринків, що активно розвиваються, можна зарахувати Габон, Мозамбік, Нігерію та Гану. У країнах культура торгівлі знаходиться тільки на етапі формування, усе більшої ваги набувають ціна, якість обслуговування та безпечність продукції. В асортименті переважають сухі та свіжі харчові продукти, але споживачі постійно шукають новинки, що змушує торговельні мережі постійно розширювати свій продуктовий портфель.

Зрілими ринками можна назвати Намібію, Ботсвану та Південно-Африканську Республіку. Ці країни характеризуються повністю сформованою торговельною культурою, високим рівнем іноземної присутності на ринку. Інновації та стабільне, прозоре ціноутворення дають споживачам упевненість у торговельних мережах, полегшують вибір. Із цим пов'язано й підвищення продажу товарів під власними торговельними марками. Для постійних покупців надзвичайно важливу роль відіграють зручність і якість продукції.

Основними критеріями вибору експортного ринку є загальна кількість населення країни; очікуваний приріст кількості населення; внутрішній валовий продукт (далі – ВВП) на душу населення; потенційний приріст ВВП; загальний обсяг імпорту м'яса та м'ясної продукції; загальна й середня вартість імпортованої продукції; наявний і потенційний приріст імпорту; історія торговельно-економічних відносин з Україною та доступ до портів водного сполучення.

Також при виборі експортного ринку необхідно звернути увагу на неочевидні критерії, що можуть вплинути на співпрацю з країною, такі як: площа країни, щільність населення, темпи урбанізації, види продукції, що імпортується, складність ведення бізнесу та простота торгівлі через кордон.

Деякі автори припускають, що для вибору іноземного ринку з різних можливостей передусім компанія повинна використовувати метод скринінгу. Показники, що використовуються для цього методу, можна

досить легко отримати; також вони повинні бути рівними та порівнянними, наприклад, різні макроекономічні показники, похідні показники або інші коефіцієнти, пов'язані з бізнесом компанії (Miečinskienė, Stasytė, Ka-Zlauskaitė, 2014: 1167)

У результаті дослідження за найвищою сумарною кількістю показників вдалося виділити чотири потенційні країни для експорту м'яса та м'ясної продукції. Ангола приваблює увагу середнім показником ВВП на одну душу населення, високими показниками імпорту продукції та високим рівнем урбанізації населення.

Демократична Республіка Конго є третьою за кількістю населення країною в Субсахарській Африці, до 2030 року очікується приріст населення до рівня 120,3 мільйона людей. Разом із високим приростом ВВП, що щороку коливається в межах 9%, і показниками імпорту м'ясної продукції, що продовжують займати лідируючі позиції в регіоні, країна є потенційно привабливою для експорту.

Схожі показниками має й країна Кот-Д'Івуар, де високі показники імпорту залишаються приблизно на одному рівні й у натуральному, і в грошовому еквівалентах, а в розрахунку на одну душу населення є одним із найбільших у регіоні. З високою кількістю фактичного населення та високими показниками імпорту м'ясної продукції Гана стала наступною потенційною для експорту країною, ключовою причиною чого став високий рівень імпорту.

Сільське господарство є одним із найбільш чутливих секторів економіки в усьому світі. Проте експорт сільськогосподарської продукції має низку економічних переваг. Це може допомогти стимулювати широкий спектр галузей, пов'язаних із сільським господарством, включаючи транспорт, переробку та постачальників сільськогосподарської продукції (Gombkoto, 2019: 22).

Ангола. У 2015 році через різке зниження цін на нафту значно постраждала економіка саме цієї країни. Незважаючи на це, приріст споживання м'ясної продукції в країні щороку коливався в межах 10%. Найбільше локальні виробники виробляли свинини, на другому місці – яловичина, м'ясо птиці, найменшу нішу на ринку займає баранина.

Серед імпортованої продукції найбільшу частину становило м'ясо птиці, після нього ковбасні вироби та сосиски, темпи зростання імпорту саме цих категорій приваблювали найбільше уваги. Перепоною успішного розвитку м'ясної галузі Анголи є корупція та хабарі, що підтримують високий рівень цін.



Рис. 2. Імпорт м'яса та м'ясних продуктів до Анголи

Серед країн, що найбільше експортували до Анголи, виділяються Бразилія, Сполучені Штати Америки, Індія, Португалія, Аргентина, Нідерланди, Парагвай, Італія, Туреччина та Бельгія.

В Анголі активно розвиваються торговельні мережі, усе більшу популярність здобувають торгові центри. Вартісні показники можуть змінюватися для різних категорій споживачів. Велика різниця між верствами населення робить можливим порівняння Анголи з Нігерією, де ситуація схожа. Незважаючи на все вищепераховане, незвично малим залишається середній клас, наслідком чого є низькі середні витрати на продукти харчування.

Незважаючи на це, розвинута та диверсифікована економіка робить країну надзвичайно привабливою для відкриття власного бізнесу й інвестицій. Через надмірну привабливість ринку уряд Анголи змушений контролювати сектор роздрібної торгівлі через ліцензування. Велика частина міжнародних торговельних мереж отримала можливість роботи на ринку саме за допомогою місцевих компаній.

Ангола – другий за величиною виробник нафти в Африці. Видобуток нафти та пов'язана з нею діяльність становлять 85% її ВВП; експорт алмазів уносить додаткові 5%. Підкріплені післявоєнним бумом

реконструкції та переселенням людей, переміщених унаслідок війни, високі темпи зростання мають будівництво та сільське господарство.

Гана. Загальна економічна ситуація в країні зберігає позитивні тенденції. Як і в інших країнах із тропічним кліматом, гігієнічні умови виробництва м'ясних продуктів знаходяться в поганому стані. Забої тварин можуть проводитися у дворі з використанням брудної води та без будь-яких перевірок чи інспекцій. Державна служба статистики Гани повідомляє про зростання виробництва м'ясних продуктів у країні, але без активної динаміки. Також неприродно високими та нестабільними є витрати на переробку м'яса, спеціалісти пов'язують це з нестабільною подачею електроенергії та сезонними припиненнями поставок сировини.

Найбільш помітним є виробництво м'яса птиці та козиного м'яса, протягом останніх років виробництво саме цих продуктів зростало найбільше. Причиною такої уваги до саме цих видів м'яса є доступність показового забою. Прийшовши на ринок, покупець має можливість власноруч обрати тварину для забою та покупки, це м'ясо є найдорожчим.

Гана на 40% сама забезпечує себе м'ясними продуктами, але й імпорт продукції продовжує зростати. Спеціалісти USDA вважають Гану гарним шляхом виходу на західний ринок Африки.

Найбільше за останні роки зріс імпорт жиру та субпродуктів, на другому місці – свинина. Крім звичних продуктів із м'яса, у країні все більше набувають популярності такі продукти, як смажена шкіра корів і свинячі ратиці, що використовуються у виробництві соусів і заправок.

Найбільшими імпортерами залишаються Сполучені Штати Америки, Нідерланди, Бельгія, Бразилія, Ірландія, Німеччина, Польща, Велика Британія, Італія та Іспанія.

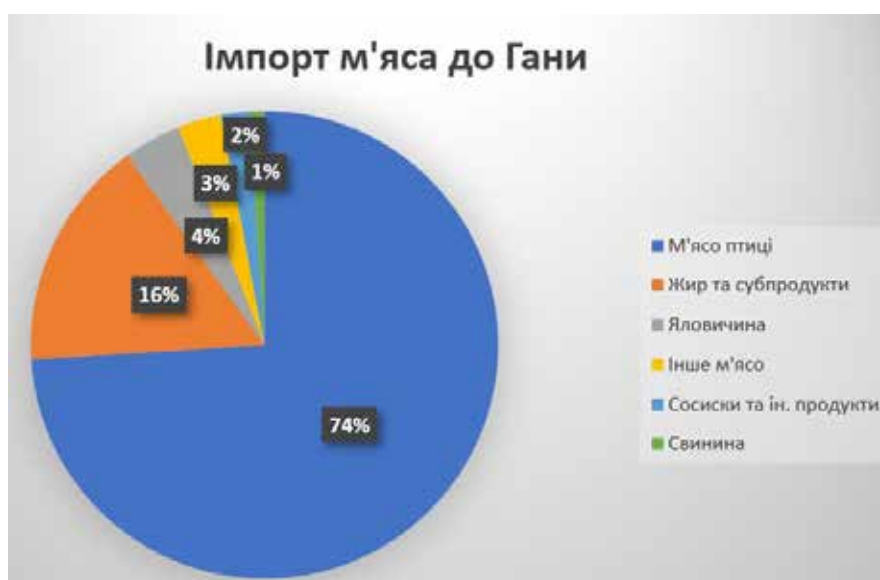


Рис. 3. Імпорт м'яса та м'ясних продуктів до Гани

За останні 5 років значно зросли показники розвитку роздрібної торгівлі в країні, зростання показників щороку коливався в межах 10%. Основним чинником такого зростання було збільшення доходів населення та зростання середнього класу. Загальний розвиток Гани значно виділяє її серед інших країн Африки. Традиційні ринки під відкритим небом займають найбільшу частину роздрібної торгівлі країни, менш популярними є продуктові магазини та бакалійні лавки. Супермаркети ж займають найменшу ланку, але безупинно розширюють свою діяльність разом із відкриттям усе більшої кількості іноземних торговельних мереж.

Більше за все домогосподарства виробляли курятину (45,2%), інші види займали яловичина (22,9%), шевон (21,3%), косарка (7,4%), свинина (2,1%) та баранина (1,1%). У середньому доросла людина потребує від 0,8 г до 1 г білка на кожен фунт ваги в щоденному раціоні (Nkegbe, Assuming-Bediako, Aikins-Wilson, Nagan, 2013: 153).

Важливе місце в торгівлі м'ясними продуктами займає й готельно-ресторанна справа, що завдяки розвитку економіки й туризму активно прогресує. Відкриття все нових міжнародних готелів і ресторанів змушує сферу харчування активно розвиватися та розширюватися. Свій вплив на економічний розвиток має й швидка урбанізація та зміна звичок нового покоління.

Оброблені харчові продукти повинні зареєстровані в Адміністрації продуктів харчування та ліків (FDA), вартість реєстрації продукту зазвичай сплачує імпортер. Один зі складників Міністерства сільського господарства, а саме ветеринарна служба, також зобов'язана перевірити безпечність імпортованої продукції.

Офіційною мовою Гани є англійська, відповідно, усе маркування продуктів харчування має бути саме цією мовою, незмивними чорнилами. Обов'язково повинні бути вказані такі пункти: назва продукту, маса нетто, маса бруто, основні інгредієнти, назва виробника й імпортера з адресою та країною походження.

Продукти без указаної країни походження офіційно заборонено розповсюджувати країною. Інгредиенты повинні бути вказані і порядку важливості й за вагою. Обов'язково мають бути зазначені всі харчові добавки та барвники, спеції та ароматизатори можуть бути просто перераховані, без згадки конкретних матеріалів.

Ще у 2016 році Національну торгову палату Гани відвідала українська делегація, результатом цієї зустрічі стала пропозиція сприяння торгівельно-економічним стосункам між країнами саме в напрямі експорту м'яса та м'ясних продуктів з України до Гани.

Кот-Д'Івуар. Країна розташована в Західній Африці, займаючи 322 тисячі квадратних кілометрів. Політичною столицею є місто Ямусукро, а економічною – Абіджан. Забезпечення електроенергією здійснюється за допомогою чотирьох найбільших річок країни: Бандами, Камое, Сассандри та Каваллі, і гідроелектростанцій, побудованих на них.

Після оголошення незалежності вчасні інвестиції та задіяння їх для розвитку інфраструктури дали змогу країні побудувати дороги, залізниці, порти, аеропорти й електростанції. Велика частина населення не характеризується гарним рівнем життя, але в південних частинах країни ситуація краща. Найпривабливішим для проживання та ведення бізнесу регіоном країни є столиця країни – Абіджан.

Сільське господарство в державі має безліч можливостей для успішного інвестування. Більше ніж половина домашніх господарств існує саме завдяки доходу від цього сектору. Велику частину сільського господарства займає саме тваринництво, зовсім не розповсюдженим є свинарство, хоча споживання яловичини, що на першому місці, не сильно віддалене від споживання свинини. Продуктам внутрішнього виробництва вдається покрити лише 50–55% споживання м'яса та м'ясних продуктів, тож країна змушена імпортувати продукцію.

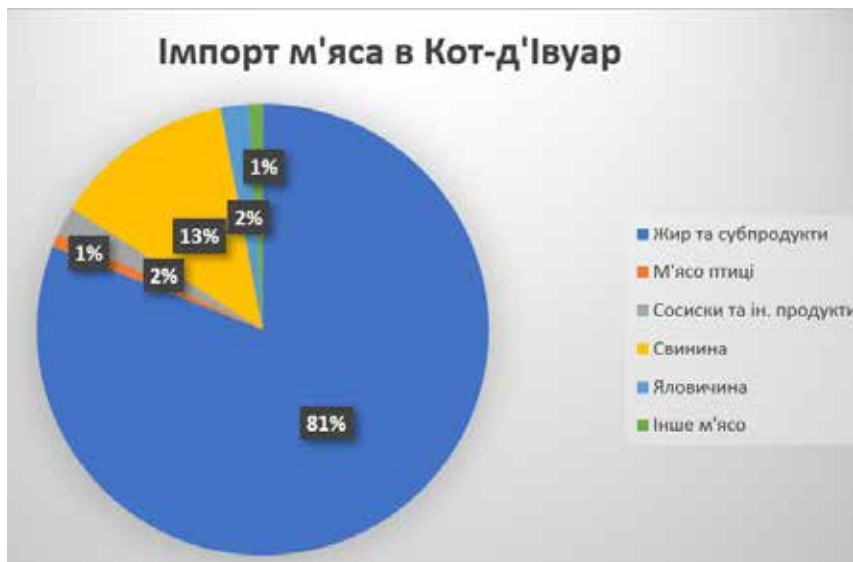


Рис. 4. Імпорт м'яса та м'ясних продуктів до країни Кот-Д'Івуар

Найбільше в Кот-Д'Івуар експортують м'ясо та м'ясні продукти Франція, Італія, Німеччина, Бразилія, Бельгія, Нідерланди, Ірландія, Велика Британія, Іспанія та Польща.

Роздрібна торгівля продуктами харчування в більшості відбувається в неформальному секторі, але кількість спеціалізованих магазинів безупинно збільшується. Така активність має позитивний вплив на всі товари категорії народного споживання, що мають складність у продажі в неофіційній торгівлі. Більшість торговельних пунктів і мереж зосередилися в столиці країни.

Свіжі м'ясні продукти в основному продають у спеціалізованих бійнях "Le Tergoir", іншим популярним місцем для придбання м'яса є мережа магазинів курятини "CoqIvoire", вони належать одній компанії, що займається виробництвом і дистрибуцією курятини. Вартість продукції є порівняно високою, особливо виділяються ціни на м'ясо в торговельних мережах.

Перевезення будь-якої продукції на територію держави може бути здійснене тільки за умови попередньої інспекції вантажів перед відправленням. Попередній огляд вантажів має здійснюватися в країні походження за присутності та сприяння експортера. Є дві компанії, що мають право здійснювати попередню інспекцію вантажів: BIVAC (товари для споживання) та COTECNA (товари для тимчасового ввезення/транзиту).

Постачання й реалізація свинини частково неформальні. Племянних свиней або забивають безпосередньо в сільськогосподарських районах (фермах), або транспортують на забій на бійні SIVAC (Івуарійське товариство забою та свинини). Свиней, забитих на бійнях спеціалізованими агентами, розподіляють вантажівками-рефрижераторами на фабриках з переробки свиней і розподіляють по супермаркетах (Actobla, Akoa, Bonny, Dadie, Karou, Niamke. 2018: 23).

Демократична Республіка Конго. Економіка країни є малонаселеною відносно власної площі. Володіючи надзвичайно великим потенціалом природних ресурсів і корисних копалин, країна має у власності більше ніж 24 трильйони мінеральної сировини в родовищах. Свого часу корупція, війна та нестабільність у політичній ситуації стали причиною занепаду країни, що займала друге місце за розвитком, після Південно-Африканської Республіки.

Залишаючись другою серед найменш розвинених країн світу, Конго має можливість підвищити свій економічний, політичний і фінансовий статус завдяки саме природним ресурсам. Домінуючою категорією м'ясних продуктів у країні є субпродукти, вони користуються популярністю як на неформальних ринках, так і в роздрібній торгівлі.

Імпорт продуктів м'ясної галузі в більшості становлять м'ясні продукти з птиці, але велику частину займають і жири, субпродукти та свинина. Швидко зростають показники імпорту яловичини, жиру й субпродуктів, а також свинини. Приріст імпорту м'яса птиці залишається найменшим.



Рис. 5. Імпорт м'яса та м'ясних продуктів до Демократичної Республіки Конго

Найбільшими експортерами м'ясних продуктів є Бельгія, Сполучені Штати Америки, Бразилія, Нідерланди, Німеччина, Туреччина, Індія, Південно-Африканська Республіка, Франція та Польща.

Найбільше місце на ринку роздрібної торгівлі займають стихійні й традиційні ринки. За таких умов зберігання м'ясні продукти швидко псуються, тому споживачі частіше обирають імпортні продукти, так як вважають їх якіснішими.

Для ввезення продукції на територію країни необхідно зібрати пакет документів, що включає в себе ліцензію на імпорт від Центрального банку ДР Конго; дозвіл на ввіз продукції від Міністерства сільського господарства країни; коносамент; комерційний інвойс; пакувальний лист; сертифікат FERI; сертифікат походження з інформацією про країну імпортера, обсяги партії, види м'яса, дати інспекцій, дат виробництва, терміни придатності, назви експортера й портів; сертифікат підтвердження дотримання температурних режимів і відповідності упаковки стандартам країни; обов'язковою є також індивідуальна герметична упаковка з товарною й тарною етикетками французькою мовою. Крім того, необхідно мати ветеринарне свідоцтво та сертифікат BIVAC.

Компанія-експортер перед транспортуванням продукції обов'язково має пройти інспекцію, що проводиться представниками компанії Bureau Veritas. Тільки після отримання офіційного сертифіката, що є підтвердженням даних, указаних про товар, стає можливим перевезення товару до країни-імпортера.

Також при експорті продукції до ДРК необхідно мати сертифікат завантаження, а саме DR Congo Loading Certificate FERI (Fiche Electronique de Renseignement à l'Importation). Сертифікат видається компанією OGEFREM (OFFICE DE GESTION DU FRET MULTIMODAL), що базується в Гомбе, Кіншаса. Кожен коносамент повинен супроводжуватись таким сертифікатом.

Субсахарська Африка є, безумовно, перспективним для експорту м'яса та м'ясної продукції ринком. Найбільшим гравцями на ринку є країни самої Субсахарської Африки, Європейського Союзу, Азії, Південно-Африканська Республіка, Бразилія, Аргентина, Нова Зеландія та Австралія, що експортують до регіону червоне м'ясо. Саме країни Європейського Союзу прийнято вважати домінуючими на ринку свинини, яловичину більше постачають Бразилія, Аргентина, Індія та Південно-Африканська Республіка, а найбільшими постачальниками ягнятини є Нова Зеландія та Австралія.

Позиція виробників у ланцюзі виробництва яловичини була порівну розділена щодо доступності з бюджетними розподілами витрат домогосподарств або без них (Hirwa, Ebong, Mutabazi, Mutimura, Wallace, 2017: 99).

Перед початком пошуку бізнес-партнерів у регіоні Субсахарської Африки експортерам варто дослідити традиції та умови роботи в цій країні. Більшість роздрібною торгівлі здійснюється в традиційних для країн вуличних ринках за відсутньої електрики, водопостачання й холодильного обладнання. Разом зі зростанням середнього класу в громадах зростає та розвивається й роздрібна торгівля. Зі зростанням попиту та інтересу до торгівельних центрів і продуктів харчування так званого «західного зразка» на етапі вибору експортного ринку рекомендовано передусім досліджувати саме канали збуту продукції.

Висновки. З огляду на всю вищенаведену інформацію, вважаємо, що перед тим, як зупиняти вибір на ринку Субсахарської Африки як потенційному для експорту ринку, необхідно врахувати всі чинники всього регіону та кожної країни деталізовано. Обираючи експортний продукт, варто врахувати терміни зберігання продукції, можливість зберігання й перевезення продукції без спеціалізованого холодильного обладнання. Велика кількість експортованих продуктів буде вивезена для продажу на свіже повітря, де умови не відповідають санітарним вимогам і температурним режимам.

Обираючи продукт, більшість споживачів орієнтуватиметься саме на вартість, тому ціни на продукцію також мають відповідати вимогам ринку. У процесі ціноутворення рекомендовано орієнтуватися на продукцію локального ринку через різницю в додаванні солі або спецій.

Список використаних джерел:

1. Pork supply chain, consumption and risk factors for infections of consumers in the Abidjan district (Côte d'Ivoire) / K. Atobla, E.E. Akoa, A.C. Bonny, A. Dadié, T.G. Karou, S. Niamke. *Food and Environment Safety*. 2018. № 16 (17). P. 20–31.
2. Chauvin N.D., Mulang F., Porto G. Food Production and Consumption Trends in Sub-Saharan Africa: Prospects for the Transformation of the Agricultural Sector. 2012–002.
3. Gombkötó, N. International Trade in Agricultural and Food Products. *International Journal of Commerce, Business and Management*. 2019. № 6 (3). P. 2319–2828.
4. Livestock farming and management: the case of meat production and processing in Rwanda / C.D. Hirwa, C. Ebong, J. Mutabazi, M. Mutimura, F. Nyirishema, P.A. Wallace. *Asian J Anim Sci*. 2017. № 11. P. 96–107.
5. Miečinskienė A., Stasytė V., Ka-Zlauskaitė J. Reasoning of export market selection. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*. 2014. № 110 (1). P. 1166–1175.
6. Meat consumption trends in some selected households in Accra Ghana / E.K. Nkegbe, N. Assuming-Bediako, S. Aikins-Wilson, A. Hagan. *Asian J Agric Food Sci*. 2013. № 1.
7. Пугачов М.І. Розвиток зовнішньої торгівлі агропродовольчими товарами. *Економіка АПК*. 2019. № 3. С. 6–13.
8. Sara Wilhelmina Erasmus, Louwrens Christiaan Hoffman, *Animal Frontiers*. Volume 7. Issue 4. October 2017. P. 71–75. URL: <https://doi.org/10.2527/af.2017.0449>.

References:

1. Atobla, K., Akoa, E.E., Bonny, A.C., Dadié, A., Karou, T.G. and Niamke, S. (2018), Pork supply chain, consumption and risk factors for infections of consumers in the Abidjan district (Côte d'Ivoire), *Food and Environment Safety*, 16 (17), 20–31.
2. Chauvin, N. D., Mulangu, F. and Porto, G. 2012. Food Production and Consumption Trends in Sub-Saharan Africa: Prospects for the Transformation of the Agricultural Sector. 2012–002.
3. Gombkötó, N. (2019). International Trade in Agricultural and Food Products. *International Journal of Commerce, Business and Management*, 6(3), pp. 2319–2828.
4. Hirwa CD, Ebong C, Mutabazi J, Mutimura M Nyirishema F and Wallace PA. Livestock farming and management: the case of meat production and processing in Rwanda. *Asian J Anim Sci*. 2017; 11:96–107.
5. Miečinskienė, A., Stasytė, V., Ka-Zlauskaitė, J. (2014). Reasoning of export market selection. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 110(1), pp. 1166–1175. DOI: 10.1016/j.sbspro.2013.12.963.
6. Nkegbe EK, Assuming-Bediako N, Aikins-Wilson S, Hagan A. Meat consumption trends in some selected households in Accra Ghana. *Asian J Agric Food Sci*. 2013;1.
7. Puhachov M. I. Rozvytok zovnishnoi torhivli ahroprodovolchymy tovaramy. *Ekonomika APK*. 2019. № 3. S. 6–13.
8. Sara Wilhelmina Erasmus, Louwrens Christiaan Hoffman, *Animal Frontiers*, Volume 7, Issue 4, October 2017, Pages 71–75, URL: <https://doi.org/10.2527/af.2017.0449>.