

Шаповалова І.О.

СТРУКТУРНО-СЕГМЕНТНА МОДЕЛЬ РИНКУ ПРОДОВОЛЬЧИХ СПОЖИВЧИХ РЕСУРСІВ

Дослідження проблем формування і розвитку ринку продовольчих споживчих ресурсів вимагають визначення концептуальних основ та особливостей його функціонування на сучасному етапі.

Сучасний ринок – багатопланове явище зі складною структурою, яка має встановлену внутрішню структуру, а також ієрархію окремих елементів [3, с.14]. Тому в основу його має бути покладений системний підхід.

Ринки диференціюються насамперед за ознакою споживчого призначення [4]. За цією ознакою виділяють наступні типи ринків: ринок товарів виробничого призначення, ринок товарів споживчого призначення (об'єднує субринки продовольчих і непродовольчих товарів) та ринок послуг.

Місце ринку продовольчих споживчих ресурсів у структурі товарного ринку представлено на рис. 1.

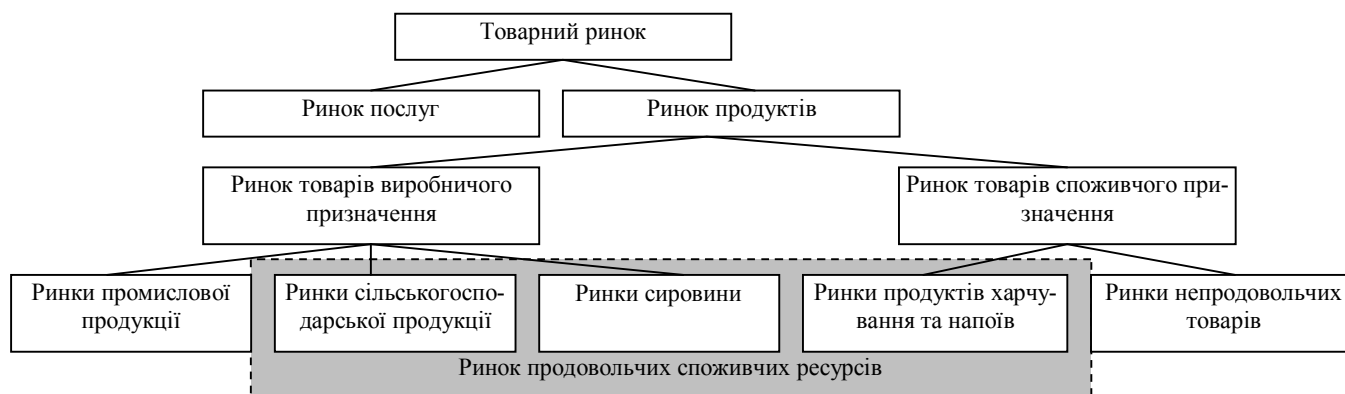


Рис. 1. Структура товарного ринку та визначення місця ринку продовольчих споживчих ресурсів

Ринок продовольчих споживчих ресурсів покликаний задовольнити потреби населення у високоцінних продуктах харчування, напоях та сировинних ресурсах для деяких галузей господарства. Його функціонування повинне сприяти надходженню у державний бюджет податків у національній та іноземній валюті [5]. Насичення внутрішнього ринку необхідними продовольчими товарами можливе шляхом розвитку власного виробництва та шляхом завезення цих товарів із-за кордону. Україна має значний потенціал продовольчого виробництва, що вимагає освоєння. У той же час слід використовувати можливості міжнародного розподілу праці, тобто імпорт та експорт продовольчих товарів.

Втім, на нашу думку, основним напрямком формування ринку продовольчих споживчих товарів має стати ефективний розвиток власного виробництва.

Рівень споживання продовольчих продуктів є одним з основних показників економічного і соціального розвитку країни. Вищий рівень споживання продовольства свідчить про більш повне задоволення первинних потреб населення.

В залежності від виду продовольчих споживчих ресурсів вони можуть бути об'єктом купівлі-продажу на регіональних, загальнодержавних та міжнародних ринках, що обумовлюється можливостями транспортування, термінами і умовами зберігання [5], а головне, попитом на конкретний вид продукції.

Ринок продуктів є неоднорідним, його кон'юнктура значно відрізняється за окремими населеними пунктами, районами та областями [6]. Споживання (попит) продовольчих ресурсів визначається щільністю населення, рівнем грошових доходів на душу населення та цінами продуктів.

Головним резервом насичення внутрішнього ринку продуктами та розширення їх експорту є покращення використання наявних сільськогосподарських ресурсів та біокліматичного потенціалу України за рахунок впровадження інтенсивних ресурсозберігаючих технологій, поглиблення спеціалізації виробництва, удосконалення розміщення культур, покращення природно-сортового складу насаджень, породного складу тварин, розширення переробки та зберігання продукції в місцях її виробництва, а також структурної перебудови виробництва та ресурсоекономний, особливо енергоекономний тип відтворення [6]. Ми вважаємо, що у перспективі слід надавати перевагу тим технологіям, які забезпечують енерго- та ресурсозбереження, скорочують втрати продукції та витрати живої праці, запобігають забрудненню оточуючого середовища, підвищують родючість ґрунтів та дозволяють відновлювати природні ресурси.

Виходячи з наведеної схеми, завдання дослідження особливостей ринку продовольчих споживчих ресурсів вимагає розгляду особливостей трьох основних складових ланок більшості продовольчих ланцюгів:

1. Використання та видобуток природних ресурсів. Важливим у використанні природних ресурсів є їх роль початкової або проміжної ланки у довгому ланцюгу, який пов'язує природу і продукцію, що поступила до споживача. Для останнього все одно скільки використовується природних ресурсів, головне – обсяги і якість продукції, що надійшла до нього.

2. Сільськогосподарське виробництво. Перед аграрним сектором сьогодні гостро постає завдання прискорення розвитку, збільшення темпів росту сільськогосподарського виробництва з метою покращення

продовольчого постачання. Мова йде не лише і не стільки про кількість, скільки про якість та цінову доступність продовольства.

3. Харчова промисловість. Харчова промисловість України є пріоритетною галуззю економіки і покликана забезпечити потреби населення у продовольстві за науково обґрунтованими нормами [7]. Ефективність діяльності підприємств харчової промисловості насамперед визначається станом її сировинної бази, тобто розвитком сільського господарства та станом використання природних ресурсів.

В роботах відомих західних та вітчизняних економістів спостерігається багатоваріантний підхід до використання поняття „ринку продовольчих споживчих ресурсів”. Використання цього словосполучення, з нашої точки зору, можливе коли мова йде про систему економічних відносин між виробниками, споживачами і посередниками у сфері обігу з приводу організації та здійснення операцій купівлі-продажу природних ресурсів, продуктів їх видобутку та переробки, сільськогосподарської продукції та продуктів її переробки (продуктів харчування).

В міжнародній торгівлі ринки продовольства займаються торгівлею продукцією землеробства, тваринництва, лісового господарства, рибництва і морського промислу, а також отриманими на їх основі напівфабрикатами і певними готовими товарами.

Основні позиції на світовому ринку продовольства займають зернові і продукти їх переробки, олієнасія, рослинні олії, жири, шроти, овочі і фрукти, м'ясо і м'ясопродукти, молочні продукти, кава, какао, чай, цукор, риба та морепродукти.

В останні роки спостерігається ярко виражена тенденція до більш швидкого росту торгівлі продовольством, готовим до споживання.

Г.О. Пухтаєвич використовує для аналізу національної економіки наступні фундаментальні терміни класифікації макроекономічних ринків:

- товарний;
- ресурсний (ринку праці);
- фінансовий [8, с.9, с.14-15].

При цьому товарний ринок змінює своє економічне наповнення і природно систему економічних відносин продавця і покупця. На товарному ринку, свідчить автор, формуються сукупний попит і сукупна пропозиція товарів і послуг. Всі товари й послуги розглядаються як:

- засоби виробництва (інвестиційні товари), попит і пропозицію яких формують підприємства;
- споживчі товари і послуги, попит на які формують домашні господарства, а пропозицію – підприємства або держава (у вигляді послуг бюджетних організацій та установ);
- товари і послуги у вигляді державного замовлення, попит на які формує держава, а пропозицію – підприємства.

Всі товари й послуги на товарному ринку виступають як сукупний товар, тому зникає поняття ціни кожного окремого товару або послуги.

Група авторів під редакцією І.В. Сороки формулює споживчий ринок як структуру відносин, за якої попит на споживчі товари покривається пропозицією за ціни, що вигідна і постачальникам, і покупцям [2, с.17, с.267]. Вихідні положення відносно правил і особливостей функціонування споживчого ринку автори виклали у системі аксіом:

1. Призначення споживчого ринку полягає в максимальному задоволенні ним потреб людей.
2. Ринок предметів споживання диференційований залежно від рівня платоспроможності населення;
3. Потреби населення у предметах споживання підлягають постійному розвитку під впливом процесу виробництва.
4. Потреби населення у предметах споживання повинні аналізуватися комплексно.
5. Предмети споживання різного призначення нерозмірні з загальною корисністю або споживчою значущістю, а значить, і не взаємозамінні.
6. Потреба в найменуванні предметів споживання повинна бути кількісно виражена.
7. Маркетинговий аналіз передбачає кількісний розгляд обсягу поставок на ринок предметів споживання різного значення.
8. Усі предмети споживання в цілому повинні бути доступними для представників відповідних платоспроможних груп.
9. Потреба населення в різних предметах споживання, яка виражена кількісно, повинна бути сумірна з кількістю даного виду споживчого товару, який надходить на ринок від виробників.

Такий системний набір правил та особливостей забезпечить цілісність моделі ринку споживчих ресурсів і забезпечить збалансовані внутрішні зв'язки.

Такі погляди знаходять своє логічне завершення у положенні про те, що ринок продовольчих споживчих ресурсів поєднує, з одного боку, категорії, що відображають об'єктивні процеси, властивості „ринку” в загальному значенні цього поняття, а з іншого – чіткі специфічні особливості притаманні лише цьому типу ринку, які потребують закономірного дослідження з метою пізнання суті цієї системи.

Структурно-сегментна модель ринку продовольчих споживчих ресурсів може виглядати наступним чином (рис.2).

Рис. 2. Структурно-сегментна модель формування ринку продовольчих споживчих ресурсів



Приведену модель можна доповнити думкою А. Шумейко, що скорочення та подорожчання ресурсів виробництва викликає необхідність підвищити ефективність їх використання, насамперед, за рахунок удосконалення розміщення виробництва продукції [9]. Окрім задоволення платоспроможного попиту населення на продукти, раціональне розміщення виробництва продукції буде сприяти прискоренню темпів росту продуктивності праці, збільшенню маси прибутку на капітал.

Використання функціонального підходу до дослідження структури ринку продовольчих споживчих ресурсів дозволяє виділити місце і роль кожного з суб'єктів ринку. Суб'єктів ринку продовольчих споживчих ресурсів можна поділити на наступні групи:

1. Підприємства-виробники засобів виробництва та матеріально-технічних ресурсів.
2. Сільськогосподарські виробники, видобувачі природних ресурсів, імпортери ресурсів, сировини та продовольства, які є партнерами або конкурентами вітчизняних підприємств.
3. Переробні підприємства, що являють собою кінцеву виробничу ланку процесу відтворення.
4. Підприємства, що надають технологічні послуги (технічне сервісне обслуговування, матеріально-технічне постачання).
5. Сукупність підприємств і установ, які формують інфраструктуру ринку (заготівля, транспортування, торгівля, фінансово-кредитні установи, інформація тощо).
6. Споживачі (особисте споживання, громадське харчування тощо) [10, с.32].

Висловлені характеристики і особливості продовольчих споживчих ресурсів у всій повноті стосується однієї зі його важливіших складових – ринку мінеральних вод. Втім, ринок мінеральних вод має свої специфічні особливості, які потребують особливої уваги.

Україна справедливо може вважати природні мінеральні води справжнім багатством. Але це багатство вимагає господарського відношення щодо його використання, збереження і примноження.

Слід зауважити, що порівняно з іншими європейськими державами Україна найменше забезпечена водою. Більшість річок непридатні або малопридатні для судноплавства і практично не мають економічно активного гідропотенціалу. З огляду на це слід звернути увагу насамперед на можливості країни щодо питної води, адже Україна є однією з провідних європейських держав з видобутку, розливу та реалізації мінеральних вод.

Мінеральна вода – це питна вода зі змістом у ній мікроелементів та мінеральних солей. Властивості мінеральних вод дозволяють лікувати деякі хвороби, підтримувати здоров'я організму. На поверхню землі мінеральні води виходять у вигляді природних мінеральних джерел або виводяться з надр за допомогою бурових свердловин, глибина яких досягає двох та більше кілометрів. Назву мінеральним водам дають за основними компонентами іонного складу, незалежно від їхнього абсолютного вмісту.

Сьогодні відомі тисячі джерел мінеральних вод. На місці багатьох з таких джерел розташовані сучасні санаторії і курорти, де мінеральні води використовуються для пиття, ванн, зрошень і інгаляцій. До числа найбільш відомих в Європі санаторіїв можна віднести: Боржомі (Грузія), Миргород, Трускавець (Україна), Єсентуки (Росія), Бат (Великобританія), Бад-Вильдунген, Бад-Киссенген, Баден-Баден (Німеччина), Бад-Ишль (Австрія), Карлови-Вари (Чехія), Виттель, Віші (Франція), Моптекатшш-Терме (Італія), Саратога Спрингс, Хот-Спрингс (США) і багато інших.

Слід очікувати, що із зростанням доходів населення зростатиме і попит на високоякісну екологічно чисту продукцію, у тому числі – природні мінеральні води. Ще одним чинником, що неминуче приведе до збільшення споживання мінеральних вод є низька якість питної води у містах, яка призводить до загострення кишково-шлункових захворювань. Недарма такі небезпечні хвороби, як гастрит та виразка називають „соціальними”, такими що притаманні низькорозвинутим країнам, які не в змозі забезпечити населення якісною водою. Таким чином, ще одним важливим аспектом, що визначає зростання попиту на мінеральні води є охорона здоров'я.

В Україні розлив природних мінеральних вод насамперед пов'язується з Карпатським регіоном, який, окрім того, має розвинуте курортне та туристичне господарство.

Незважаючи на високе народногосподарське, рекреаційне та іміджеві значення Водний кодекс України відносить лікувальні мінеральні води до водних об'єктів місцевого значення [11]. Місця їх використання встановлюються відповідними Радами народних депутатів. Тому економічні, екологічні та соціальні питання використання мінеральних вод мають чітко виражений регіональний контекст.

Слідуючи логіці дійсного стану національного водного багатства необхідно, щоб надзвичайно важливим завданням регіональної економічної політики стало збереження наявного потенціалу природних мінеральних вод України та їх популяризація.

Завданням регулювання є забезпечення збереження науково обґрунтованого, раціонального використання природних вод для потреб населення, відтворення водних ресурсів, охорони вод від забруднення, замічення та вичерпання, поліпшення стану водних об'єктів, а також охорони прав підприємств, установ, організацій і громадян на водокористування.

З цією метою необхідно прикласти зусиль у напрямку:

- розроблення концепції формування і розвитку ринку природних споживчих ресурсів, зокрема природних мінеральних вод, Карпатського регіону;
- створення регіональної та міжрегіональної систем екологічного аудиту;
- посилення позицій вітчизняних виробників пляшкової натуральної мінеральної води на європейському ринку;
- інформаційне забезпечення, популяризація карпатських курортів;
- нарощування виробничої бази підприємств з видобутку та розливу води шляхом впровадження нових технологій, пошук і відкриття нових джерел.

У загальному вигляді структура досліджуваного продовольчого ринку (на прикладі ринку мінеральних вод) може бути представлена наступним чином:

- за територією – загальнодержавний та регіональні ринки;
- місцеве виробництво та доставка з центрів виробництва;
- спеціалізація – питна лікувальна та столова мінеральна вода;
- тип продукту – фасований (розлитий у пляшки), стандартизований за споживчими властивостями;
- кінцеве користування – продукт споживчого призначення;
- організаційна структура – оптовий фірмовий ринок;
- кон'юнктура ринку – достатнє виробництво і споживання продуктів на душу населення;
- термін використання – ринок продуктів одноразового використання і довгострокового зберігання;
- тип споживача – масовий (дешевої продукції), індивідуальний (дорогої продукції);
- характер взаємовідносин з іншими учасниками ринку – конкурентний;
- рівень доходів і характер їх розподілу – низький рівень, велика диференціація доходів;
- поведінка покупця – інтуїтивно-вибіркова.

Особливості ринкової інфраструктури зводяться до дворівневої системи розподілу:

- створення і підтримка у регіонах оптових накопичувачів роздрібної торгівлі, що забезпечують безперервність товаропотоків і концентрують товарну масу (за кількістю, номенклатурі, асортиментом);
- наявність в регіонах достатньо розгалуженої мережі суб'єктів роздрібної торгівлі з мінімумом товарних запасів, що забезпечує їх своєчасну реалізацію [1].

Для досліджуваного ринку мінеральної води традиційний продовольчий ланцюг короткий і представлений наступними рівнями:

- перший – підприємства, що видобувають та розливають мінеральні води для домашнього використання;
- другий – оптові структури, які перевозять великі партії товару, здійснюють функції зберігання і розподілу;
- третій – роздрібні підприємства, що здійснюють безпосередній збут споживачам.

Перевагами таких коротких ланцюгів є: невеликий обсяг постачання для роздрібних структур; зжаті терміни; висока якість; швидка обіговість грошей; спрощення продуктових операцій з постачання і реалізації.

Конкурентне середовище продовольчих ринків визначається:

- продуктовими межами ринку;
- складом суб'єктів товарного ринку (продавців і покупців);
- особливостями сегменту товарного ринку;
- географічними межами товарного ринку;
- загальним обсягом товарного ресурсу на ринку;
- структурою товарного ринку;

- ступенем концентрації товарів на ринку;
- частками поставок товарів окремими постачальниками у загальному обсязі товарного ресурсу ринку;
- адміністративними та іншими бар'єрами входу (виходу) на товарний ринок потенційних конкурентів, складність їх подолання;
- відкритістю товарного ринку для міжнародної та міжрегіональної торгівлі [1].

Проблеми ринку продовольчих споживчих ресурсів, зокрема – водних, також мають свій особливий характер:

- недосконала конкуренція. На багатьох ринках через низку причин конкуренція не спрацьовує, що викликає необхідність державного регулювання;
- порушення конкурентного законодавства;
- дії влади у відповідь на ситуацію спрямовані на усунення наслідків замість превентивних дій;
- посередники які скуповують продукти у населення (м'ясо), а потім монополізують його продаж в окремих регіонах;
- монополізація торгівлі великими торговельними мережами, які диктують умови як споживачам, так і постачальникам, нав'язують цінову політику та встановлюють власні умови реалізації товарів для виробників часто порушуючи законодавство;
- свавілля монополій без адекватного регулювання владою, що шкодить споживачу;
- порушення звичних режимів торгівлі втручанням влади;
- контрабанда.

Джерела та література

1. Бруснева И.М. Мониторинг, анализ и прогнозирование регионального продовольственного рынка: Дис... канд. экон. наук: 08.00.13. – Ставрополь: Ставропольский государственный аграрный университет, 2005. – 172 с.
2. Инфраструктура товарного ринку: Навч. посібник / [Під ред. д-ра экон. наук, проф. І.В. Сороки] – К.: НМЦВО МОІН України, НВФ „Студцентр”, 2002. – 608 с.
3. Маркетинговые исследования потребительского рынка / [В. Анурин, И. Муромкина, Е. Євтушенко] – СПб.: Питер, 2004. – 270 с.
4. Белявский И. Статистика товарного рынка: оценки рыночной конъюнктуры // Вопросы статистики. – 1997. – №4. – С.21.
5. Борщевский П., Стисишен Н. Рыбный рынок Украины: проблемы и перспективы развития // Экономика Украины. – 1996. – №3. – С.49-58.
6. Шумейко А. Рынок продуктов садоводства Украины // Экономика Украины. – 1995. – №1. – С. 53-57.
7. Слюсарь В. Интенсификация производства в пищевой промышленности Украины // Экономика Украины. – 1996. – №2. – С. 57-64.
8. Пухтаевич Г.О. Аналіз національної економіки/ Пухтаевич Г.О.: [Навч. посіб.] – К.: КНЕУ, 2005. – 254 с.
9. Шумейко А. Рынок продуктов садоводства Украины // Экономика Украины. – 1995. – №1. – С. 53-57.
10. Соловйов І.О. Агроркетинг: системна методологія, реалізація концепції: Монографія. – Херсон: Олди-плюс, 2008. – 344 с.
11. Кодекс водний № 213/95-ВР від 06.06.95.