

Муштай В.А. (Myshtai V.A.)

*кандидат економічних наук, доцент кафедри статистики, АГД та
маркетингу*

Сумського національного аграрного університету

МАРКЕТИНГОВІ АСПЕКТИ В ФОРМУВАННІ РИНКУ

ПРОДОВОЛЬСТВА

MARKETING ASPECTS IN FORMING FOOD MARKET

Анотація: Чинники, що обумовлюють конкуренцію, повинні формувати механізм, який регулюватиме продовольчий ринок на умовах рівноваги попиту і пропозиції. На практиці ж дія даного механізму без впливу державних органів управління, маркетингових аспектів створює ситуацію, при якій інтереси всіх учасників процесів виробництва, переробки, товароруку і споживання не задовольняються.

Ключові слова: ринок, попит, пропозиція, продовольство, стратегія, диверсифікація, інфраструктура, інтеграція, конкуренція, виробник, споживач.

Аннотация: Факторы, обуславливающие конкуренцию, должны формировать механизм, регулирующий продовольственный рынок на условиях равновесия спроса и предложения. На практике же действие данного механизма без влияния государственных органов управления, маркетинговых аспектов создает ситуацию, при которой интересы всех участников процессов производства, переработки, товародвижения и потребления не удовлетворяются.

Ключевые слова: рынок, спрос, предложение, продовольствие, стратегия, диверсификация, инфраструктура, интеграция, конкуренция, производитель, потребитель.

Annotation: Factors that contribute to competition should form a mechanism that regulates the food market equilibrium in supply and demand. In practice, the effect of this mechanism without affecting public administration and marketing aspects creates a situation in which the interests of all participants in the production, processing, and consumption of goods movement are not satisfied.

Keywords: market, demand, supply, food, strategy, diversification, infrastructure, integration, competition, producer, consumer.

Постановка проблеми. Безперервне функціонування продовольчого ринку передбачає не тільки формування ринково орієнтованих виробників безпосередньо в самому сільському господарстві, але також і створення принципово нової ринкової інфраструктури, що дозволяла б ефективно переміщати продукт від поля до кінцевого споживача, з одного боку, і, з іншого боку, також ефективно доставляти маркетингову інформацію, сигнали від споживача до виробника, і назад. Якщо проблема реорганізації сільськогосподарських товаровиробників в Україні вивчена у вітчизняній і західній літературі досить добре, то проблематика формування агропродовольчих ринків залишається слабо досліджуваною.

В нинішніх умовах ринок продовольства відноситься до найбільш конкурентного серед товарних ринків України, що обумовлено кількома чинниками.

По-перше, споживання продуктів харчування, які є основою життєдіяльності людини і продуктом першої необхідності, відносно нееластичне, тобто зростання фізичної потреби в них має певні межі. При цьому ціни на продукти харчування високо еластичності, тому що їх пропозиція в значній мірі залежить від природних умов та сезонності сільськогосподарського виробництва. Крім того, харчові продукти, зазвичай, швидко псуються і вимагають швидкої реалізації.

По-друге, споживачами на ринку готової продовольчої продукції є практично всі домогосподарства, і в звичайних умовах придбання даного товару здійснюється щодня або, навіть, декілька разів у день.

По-третє, ланцюг постачань продовольства складний і різноманітний. Безпосередніми виробниками продовольчої сировини є сільськогосподарські підприємства (фермерські, підсобні господарства громадян). Паралельно з ними суб'єктами продовольчого ринку є переробні підприємства, посередники, що працюють як на ринку сільськогосподарської сировини, так і на ринку готової продукції, а також інші учасники процесу товароруху продовольства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Необхідно зробити наголос на тому, що теоретичні і практичні питання регіональної продовольчої політики, напрямку спеціалізації окремих галузей сільськогосподарського виробництва, формування ринкової стратегії їх розвитку з урахуванням маркетингових аспектів та продовольчого ринку зокрема, залишаються недостатньо дослідженими. Ці аспекти в деякій мірі знаходять своє відображення в наукових працях В.І. Бойка, В.А. Диленка, Н. Карлова, Ю.С. Коваленка, А.І. Костяєва, Є.Д. Литвиненка, Л.А. Мачкури, С.В. Мицюка, В.П. Москаленка, Т.Л. Мостенської, Н.П. Наливайка, В.Н. Осипова, Г.М. Паламарчука, Ю.М. Пархомової, Г.М. Підлісецького, П.Т. Саблука, А.А. Стрільця, М.І. Шаповала та інших.

Мета статті. Полягає в обґрунтуванні необхідності застосування маркетингових заходів під час формування продовольчого ринку регіону.

Виклад основного матеріалу дослідження. В економіці України аграрний сектор значною мірою визначає соціально-економічне становище суспільства та гарантує продовольчу безпеку держави.

Що стосується Сумської області, то вона є одним із основних в Україні виробників продукції сільського господарства. Володіючи відповідним природно-кліматичним потенціалом, вона має можливість не тільки задовольняти внутрішні потреби, але і робити досить значний вплив на формування вітчизняного продовольчого ринку.

Останнім часом відбувався процес структурних, якісних та масштабних змін в аграрній сфері як по області, так і в цілому по країні. В наслідок чого, маємо відмітити, суттєво змінилася секторальна структура валової продукції сільського господарства, землекористування, зайнятості. Питома вага великих сільськогосподарських підприємств знижується, проте частка сімейних господарств зростає. Підсобні господарства включені до орбіти економічної діяльності великих сільгоспідприємств, підприємств харчової промисловості, що й визначає їхню стійкість. Наявність такої взаємодії не є винятковою особливістю вітчизняної економіки перехідного періоду, а сутність такої економічної співпраці полягає в тому, що виникає певний економічний інститут, який забезпечує взаємодіючим групам сільськогосподарських товаровиробників додатковий ефект, обумовлений властивостями, характерними для особистих підсобних господарств і великих сільгоспідприємств.

Доречно відмітити, що на макрорівні процеси об'єднання різних типів підприємств і господарств останнім часом набули суттєвого прискорення.

Розглядаючи дану проблему через призму залучення інвестицій АПК, зазначимо, що виконання цієї важливої задачі безпосередньо залежить від підвищення ліквідності сільськогосподарської продукції. Вирішальне значення в цьому плані матиме подальше інвестування переробної, і в першу чергу, харчової промисловості, а основним джерелом капіталовкладень повинні стати оператори продовольчого ринку. Саме в сфері розподілу і реалізації формується основна частина доданої вартості, тому саме ці підприємства повинні стати основними інвесторами у формуванні продовольчого потенціалу регіонів.

Саме на основі такої інтеграції, на наш погляд, можна вирішити проблему інвестиційної активності в агропромисловому комплексі. В результаті одночасно з фінансуванням сільськогосподарського виробництва буде стимулюватися попит на продукцію сільського господарства з боку галузей, що традиційно є її головними споживачами – переробка зерна, м'яса, молока та ін. Доречи, підприємства цих галузей вже достатньо довгий час самостійно

вирішують питання постачання сировини. Способи вирішення проблеми самі різні - від авансування АПК до входження в число власників агропідприємства, тобто форма кредитування переходить в інвестування шляхом участі в статутному капіталі. При цьому відбувається не тільки придбання паїв в обмін на засоби виробництва, а й оренда посівних площ чи купівля господарств [1, с. 328].

У свій час у досить широкий оборот увійшов термін “агропромислова інтеграція” який охоплює загальний зміст усіх форм зв'язків сільського господарства із суміжними сферами економіки. Суть самого слова “інтеграція” означає стан зв'язаності, об'єднання окремих частин у єдине ціле, у єдину систему, а також процес, що веде до такого стану. У даному випадку мова йде про організаційне злиття відповідних підприємств, які можуть функціонувати спільно, взаємодоповнюючи одне одного, тобто тих підприємств які в своїй діяльності використовують маркетингові стратегії росту. Інакше кажучи, різні суміжні сфери економічно з'єднуються в єдину цілісну систему на основі тісних виробничих зв'язків між ними, їх взаємопроникнення.

Нині все більше число промислових підприємств (у своїй більшості переробних) беруть в оренду десятки і сотні тисяч гектарів землі для повноцінного сільськогосподарського виробництва з повним його фінансуванням. Крім того, такі суб'єкти господарювання є більш надійними позичальниками, чим аграрні формування, тому для них кредитні ресурси комерційних банків будуть більш доступними.

Таким чином, складаються об'єктивні умови для створення вертикально-інтегрованих агропромислових холдінгів: по-перше, з'являються кошти, необхідні для інвестування в розвиток дочірніх підприємств; по-друге, практично підійшли до завершення приватизаційні процеси в АПК; по-третє, система оподаткування в сільському господарстві створює певні переваги для потенційного інвестора.

Важливим наслідком інтеграційних процесів в АПК стане розбудова найбільш слабкої ланки ланцюга “виробник – споживач” – виробничої

інфраструктури сільського господарства. У таких її галузях, як заготівля продуктів, торгівля, громадське харчування, система збереження і переробки продукції, дорожньо-транспортна система, матеріально-технічне постачання, реалізація, зберігання та ін. формується позитивний вплив на розширення відтворювальних процесів в розрізі агропродовольчої політики [3, с.67].

Аналіз наукових праць [4,6] дозволяє стверджувати, що основою повноцінного забезпечення продовольством регіонів є величина та рівень використання ресурсного потенціалу сільського господарства, який являє собою сукупність об'єктивних природно-економічних умов з їх певною якісною характеристикою, що здійснюють вплив на хід процесу відтворення в сільському господарстві. Ресурсний потенціал в сільському господарстві характеризується потенційно можливим обсягом виробництва сільськогосподарської продукції при певному якісному рівні основних виробничих чинників даної галузі - якості землі, забезпеченості виробничими фондами, а також робочою силою.

Що стосується самого потенціалу продовольчого комплексу, то його слід розглядати як спроможність поставляти продукти харчування для задоволення потреб населення і сировину для їх виробництва з метою збалансування як регіональних потреб, так і потреб країни в цілому. В зв'язку з цим продуктова структура регіонального виробництва повинна визначатися його спеціалізацією, що забезпечує найбільш повне задоволення потреб у продуктах харчування всього суспільства (включаючи потреби населення регіону) при найбільш ефективному використанні наявних природних, матеріальних, трудових і фінансових ресурсів.

Аналізуючи виробництво та споживання продовольчої продукції можна було б припустити, що з початком реформ в агропромисловому комплексі рівень спеціалізації регіонів у виробництві сільськогосподарської продукції зростає, тому що на той час були скасовані диференційовані по зонах закупівельні ціни. Проте за роки реформ сформувалась тенденція регіонів до самозабезпечення такими основними сільськогосподарськими культурами, як

зерно та соняшник, тобто відбувається процес деконцентрації виробництва і головною причиною цього є прагнення сільськогосподарських підприємств виробляти культури, що мають найбільший рівень рентабельні.

В таблиці 1 досліджуються тенденції виробництва основних видів сільськогосподарської продовольчої продукції в Сумській області за період 2010- 2014рр. [5, с. 112].

Таблиця 1.

Валове виробництво окремих видів сільськогосподарської продукції сільськогосподарськими підприємствами Сумської області, тис. т.

Продукція	2000р.	2005р.	2010р.	2012р.	2013р.	2014р.	2014р, % до	
							2010р.	2012р.
Зерно	868,0	981,0	1207,1	2489,2	3378,5	3704,1	3,07рази	148,8
Цукрові буряки	700,4	528,3	317,1	575,2	–	61,0	19,2	10,6
Соняшник	38,7	25,9	126,6	285,5	405,3	408,6	3,23рази	143,1
Картопля	6,4	4,7	3,9	14,2	14,1	16,4	4,20рази	115,5
Овочі	14,1	6,1	3,8	7,0	6,8	6,7	176,3	95,7
Молоко	213,0	170,8	142,8	161,8	164,6	166,9	116,9	103,2
М'ясо усіх видів	18,0	11,5	11,3	11,4	13,5	15,9	140,7	139,5
Яйця, тис. шт.	82,8	165,2	64,6	169,1	197,9	207,0	3,20рази	122,4

Як можемо бачити з проведених розрахунків майже по всіх видах продукції спостерігається нарощування обсягів виробництва. Виняток складає виробництво соняшнику, що має негативну тенденцію. Найвищі темпи зростання обсягів виробництва по зерну, соняшнику та м'ясу.

Між тим, продовольчий потенціал характеризується спроможністю поставляти продукти харчування і сировину для їхнього виробництва з метою задоволення як регіональних потреб, так і потреб країни в цілому. У зв'язку з цим продуктова структура регіонального виробництва визначається його спеціалізацією, що повинна забезпечувати найбільш повне задоволення потреб у продуктах харчування всього суспільства (включаючи потреби населення регіону) при найбільш ефективному використанні наявних природних, матеріальних, трудових і фінансових ресурсів.

Досліджуючи регіональні тенденції спеціалізації аграрного сектору Сумської області протягом тривалої ретроспективи з'ясовано, що співвідношення галузей, що виробляють продовольчу продукцію протягом аналізованого періоду змінювалося в досить значній мірі. Так, частка зерна в 2014 р. зростає у порівнянні з 2000 р. з 12,1% до 33,1%, тобто на 21% (у 2,7 рази), у порівнянні з 2010р. – на 16,4% (у 2 рази). Причини такого стану речей називалися вище. Нам залишається дослідити ступінь впливу даного явища на зміни в структурі пропозиції на сільськогосподарському продовольчому ринку та визначити місце сільськогосподарських підприємств в ньому.

Підприємства і організації різних суміжних з сільським господарством галузей, як суб'єкти господарювання, є досить відособленими одне від одного і керуються своїми господарськими та економічними інтересами, що іноді виявляються прямо протилежними. Однак усі вони змушені постійно відновлювати господарські взаємозв'язки, адже кожний із них є учасником єдиного циклу відтворення кінцевих продуктів продовольчого характеру. Їхня взаємозалежність полягає у специфічній послідовності: кожний є споживачем ресурсів, вироблених на попередній стадії відтворювального циклу, і одночасно - виробником ресурсів, призначених для споживання на наступній стадії.

Проте, маємо відмітити, ця обставина не завжди береться до уваги при побудові своєї ринкової стратегії більшістю підприємств переробки та інфраструктури АПК. Великі переробні підприємства і заготівельні організації до недавнього часу були на регіональному продовольчому ринку основними покупцями сільськогосподарської сировини і тому мали можливість диктувати закупівельні ціни, що мають не останню роль у руйнації сільського господарства як сировинної бази продовольчого ринку. У останні роки стали з'являтися інші учасники ринку продовольства, так звані нетрадиційні для нашої країни форми товароруху продовольства, наприклад, товарні біржі. Крім того, все більше великих сільськогосподарських підприємств самостійно займаються переробкою і реалізацією своєї продукції.

Фактичне підтвердження наших спостережень відображено в таблиці 2. [5, с. 100].

Таблиця 2

Канали та обсяги реалізації основних видів сільськогосподарської продукції в Сумській області (усі категорії господарств), %

Продукція і канали реалізації	2000	2005	2010	2012	2013	2014	Структурні зрушення, в. п.	
							2000	2010
Зерно								
Переробним підприємствам	6,4	6,5	5,5	5,4	7,9	6,2	-0,2	0,7
Населенню	40,2	16,5	7,1	3,5	3,4	2,6	-37,6	-4,5
На ринку	39,9	11,6	4,7	2,1	2,0	1,8	-38,1	-2,9
За іншими каналами	13,5	65,4	82,7	89,0	86,7	89,4	75,9	6,7
Рівень товарності	56,2	67,0	83,6	73,2	63,7	66,2	10,0	-17,4
Картопля								
Переробним підприємствам	–	–	–	–	–	–	–	–
Населенню	23,3	6,3	10,9	0,7	0,0	0,1	-23,2	-10,8
На ринку	67,2	30,4	28,9	9,3	17,9	14,3	-52,9	-14,6
За іншими каналами	9,5	63,3	60,2	90,0	82,1	85,6	76,1	25,4
Рівень товарності	34,4	44,7	33,3	21,8	93,6	54,3	19,9	21,0
Молоко								
Переробним підприємствам	84,8	84,7	95,5	95,9	97,5	97,5	12,7	2,0
Населенню	3,3	1,4	0,2	0,1	0,1	0,2	-3,1	–
На ринку	9,9	4,0	0,8	1,0	1,2	1,0	8,9	-3,0
За іншими каналами	3,3	1,4	0,2	0,1	0,1	0,2	-3,1	–
Рівень товарності	83,1	80,5	94,3	86,7	84,2	86,9	3,8	-7,4
Худоба і птиця у живій вазі								
Переробним підприємствам	29,0	44,4	49,4	38,2	44,0	41,8	12,8	-7,6
Населенню	30,1	9,5	3,0	1,7	1,3	1,0	-29,1	-2,0
На ринку	37,6	23,1	19,9	24,5	19,7	20,7	-16,9	0,8
За іншими каналами	30,1	9,5	3,0	1,7	1,3	1,0	-29,1	-2,0
Рівень товарності	237,8	233,0	187,6	167,5	167,4	159,1	-78,7	-28,5

Виходячи з вищезазначеного, мусимо торкнутися ще однієї характерної риси сільськогосподарського продовольчого товаровиробництва. На відміну від промисловості, в сільському господарстві взаємодіють дві форми забезпечення попиту: безтоварна і товарна.

Як можна бачити з таблиці 2, за останні три роки з перелічених видів продукції лише картопля та молоко мають позитивну тенденцію по рівню товарності. В решті випадків товарність з кожним роком знижується, розширюючи безтоварну форму аграрного виробництва.

Особливістю вітчизняного продовольчого ринку є те, що крім селян і членів їх сімей у безтоварному отриманні продуктів беруть участь мільйони мешканців селищ і міст, для яких дачні, садові та городні ділянки давно перетворилися з місць відпочинку в одне із важливих джерел продовольства. Беручи до уваги багаторічний досвід використання присадибного та дачного домогосподарства можна стверджувати, що безтоварна форма виробництва сільгосппродуктів протягом багатьох років і до нинішнього часу є вирішальним чинником продовольчого забезпечення населення [2, с.132].

Між тим, низьке товарне виробництво має розглядатися не тільки у позитивній, а й в негативній площині. Саме зростання безтоварності багато в чому визначає низьку ефективність аграрного сектора економіки. Причина досить очевидна: товарне виробництво забезпечує не тільки повернення витрачених ресурсів, але, що не менше важливо, і відтворення засобів праці. Саме підвищення товарності сільськогосподарської продукції створює необхідну фінансову основу для впровадження сучасних технологій, використання високопродуктивних машин і механізмів, скорочення втрат, і т.п., що забезпечить зростання продуктивності праці, а в кінцевому підсумку - систематичне піднесення ефективності сільськогосподарського виробництва. Зростання обсягів безтоварної продукції створює потужну конкуренцію товарному виробництву і суттєво скорочує масштаби платоспроможного попиту на товарну продукцію. В результаті сільське господарство позбавляється значної частини коштів, що надходили б за умови зниження частки безтоварного виробництва.

Важливим моментом в процесі формування ринку продовольства є диверсифікація каналів реалізації сільськогосподарської продукції. Якщо в колишні роки переважна частина товарної продукції від сільськогосподарських

виробників надходила в державні фонди, то в нинішній час число каналів збуту істотно зросло і цей процес можна оцінити як об'єктивний, властивий перехідній економіці. Розвинена ринкова економіка не обов'язково ототожнюється з великим числом маркетингових каналів збуту. За багато років існування вільного ринку в продовольчому комплексі розвинених країн в окремих продуктових сегментах склалося оптимальне число найбільш ефективних каналів збуту, що не обов'язково збігаються по окремих країнах та регіонах. Водночас на фоні диверсифікації каналів збуту сільськогосподарської продукції відзначається тенденція застосування нетрадиційних форм збутової діяльності, до яких можна віднести продаж продукції приватним посередникам, по бартеру, реалізацію через власну роздрібну мережу, продаж на ярмарках, тощо.

Висновки. Отже, можемо підтвердити попередні висновки: в аграрному секторі економіки в ході реформаційних процесів та еволюційних перетворень сьогодення склався чіткий розподіл сфер прикладення зусиль. Виробництво сільськогосподарської продовольчої продукції, яка готова до споживання і не потребує суттєвої переробки (картопля, овочі, молоко, м'ясо) з наростаючим прискоренням переходить у сферу селянських (фермерських) господарств та особистих підсобних господарств населення. Великі сільськогосподарські підприємства залишаються головними виробниками такої продовольчої сільськогосподарської продукції як зерно та соняшник, виробництво якої вимагає промислової основи та інтенсивного підходу – дотримання системи сівозмін та вимог технології, впровадження досягнень селекції, належного рівня механізації виробництва, забезпеченості транспортними засобами, доступу до фінансово-кредитних джерел та ін. Через чітке закріплення спеціалізації складається певна симбіозна співдружність великих сільгоспвиробників з особистими підсобними господарствами населення: у великих масштабах вирощуються екстенсивні культури – технічні, зерно, корми, а сімейні господарства спеціалізуються на тваринницькому виробництві. При цьому останні одержують від великих підприємств послуги по обробітку

посівів, транспорт і корми, виробляють і реалізують тваринницьку (більш дорогу, чим рослинницька) продукцію.

Таким чином, стосовно сільськогосподарської продовольчої продукції, яка до кінцевого споживання потребує відповідної переробки (зернові, соняшник, частина молока і м'яса), першість у валовому виробництві належить сільськогосподарським підприємствам і така тенденція, на наше тверде переконання, буде зберігатися і повинна підтримуватися у майбутньому. Виробництво картоплі, овочів, плодів і ягід та м'яса зосереджене у особистих підсобних та, в значно меншій мірі, фермерських господарствах. Інакше кажучи, конкуренція між громадським та приватним секторами сільськогосподарської сфери загострюється і розподіл сфер впливу на організаційні основи функціонування ринку продовольчої продукції складається досить неоднозначно, що потребує більш глибокого їх дослідження.

І останнє, для повного уявлення про стан продовольчого забезпечення регіону та налагодження системи контролю за процесом функціонування продовольчого ринку необхідно мати об'єктивну маркетингову інформацію про стан тенденції та перспективи розвитку даного питання. Це надасть можливість реально оцінювати існуючі тенденції стосовно регіонального продовольчого ринку, що позитивно впливатиме на зваженість управлінських рішень.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Муштай В.А. Економічні проблеми виробництва і споживання продуктів харчування у Сумській області/ В.А.Муштай// Механізм регулювання економіки, економіка природокористування, економіка підприємства та організація виробництва. - Суми: Вид-во "Сумський державний аграрний університет", 2001. - Вип. 3-4.-С.328-330.

2. Муштай В.А. Продовольчий потенціал регіону: сутність та необхідність його формування // Вісник Сумського національного аграрного

університету./В.А.Муштай// Серія: ”Економіка та менеджмент”. - 2001. - Вип. 3-4. -С. 131- 134.

3. Муштай В.А. Роль маркетингу в підвищенні економічної ефективності сільськогосподарського виробництва /В.А.Муштай// Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції “Бизнес, экология, здоровье”, 30 ноября 2001г. - Донецк: ГП НИИ Медико-экологических проблем и угольной промышленности, Бизнес - альянс Донбасса, 2001. - С. 67-68.

4. Страшинська Л.В. Стратегія розвитку продовольчого ринку в Україні: [монографія]/Л.В.Страшинська; під ред.. акад. НАН України Б.М.Данілішина . – К.: Профі,2008, - 532с.

5. Статистичний щорічник Сумської області за 2014 рік / за ред. Л.І. Олехнович// Головне управління статистики у Сумській області. -2015. – С.543

6. Юрків Н.Я. Тенденції розвитку регіонального сектору економіки України в контексті зміцнення його економічної безпеки/ Н.Я. Юрків// Економіка АПК. – 2012. - №10. – С.18 – 25

Відомості про автора

а)прізвище, ім'я, по батькові: Муштай Валентина Анатоліївна

б)вчене звання: доцент

в)науковий ступінь: к.е.н.

г)місце роботи: СНАУ, кафедра Статистики, АГД та маркетингу

д)адреса для листування: 40000, м. Суми, вул. Кірова 160, кафедра Статистики, АГД та маркетингу