

УДК 338.24

Б. В. Єгоров,
доктор технічних наук, професор,
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса
К. Б. Козак,
кандидат економічних наук, доцент,
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса

ВИЗНАЧЕННЯ ЄМНОСТІ РЕГІОНАЛЬНОГО ПРОДОВОЛЬЧОГО РИНКУ

B. Egorov,
PhD, Professor, Odessa National Academy of Food Technologies, Odessa
E. Kozak,
candidate of economic Sciences, associate Professor,
Odessa national Academy of food technology, Odessa

DETERMINATION OF THE VOLUME OF REGIONAL FOOD MARKET

У статті досліджуються фактори, що впливають на ємність регіонального продовольчого ринку регіону. Запропоновано методичний підхід до визначення ємності продовольчого ринку, що складається із чотирьох етапів. Розроблений методичний підхід до прогнозування ємності продовольчого ринку.

The article examines the factors that affect the capacity of the regional food market in the region. The methodical approach to determining the capacity of the food market, which consists of four stages. Methodical approach to forecasting capacity of the food market.

*Ключові слова: продовольча безпека, продовольчий ринок регіону, ємність продовольчого ринку.
Key words: food safety, food market in the region, the capacity of the food market.*

ВСТУП

Сьогодні однією з основних проблем України є забезпечення населення економічно доступними якісними продуктами харчування з урахуванням медичних норм споживання.

На продовольчому ринку склалася ситуація, для якої характерні: значні коливання його розвитку, низька конкурентоспроможність вітчизняних продуктів харчування, ріст цін, зниження попиту, збільшення обсягів низькоякісної продукції, слаборозвинена інфраструктура, велика кількість посередницьких структур [3].

У сучасних умовах продовольчий ринок України формується на 40% за рахунок імпорту і на 60% за рахунок вітчизняних продуктів харчування. Таке співвідношення вказує на небезпечний стан, що здатний призвести до втрати продовольчої безпеки країни. У зв'язку з цим, регулювання розвитку і функціонування продовольчого ринку, виробництва продукції сільського господарства й переробної промисловості є основними напрямками діяльності держави.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Окремі проблеми формування продовольчих ринків були предметом дослідження таких вчених, як Андрій-

чука В.Г., Бойка В.І., Гайдуцького П.І., Зінчука Г.М., Ключака В.А., Крисального О.В., Лобаса М.Г., Штрівє Л., Маліка М.Й., Саблука П.Т., Сахацького М.П., Юрчишина В.В., Шпикуляка О.Г., Шпичака О.М. та інших. Але загальний комплексний характер механізму, який визначає передумови формування та закономірності розвитку продовольчого ринку, потребує подальшого вивчення. Тому це визначає актуальність зазначеної проблеми.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ СТАТТІ

Метою статті є дослідження ємності продовольчого ринку регіону, що складається із чотирьох етапів: проведення дослідницьких дій; кількісна і якісна оцінка ємності продовольчого ринку; визначення потенційної ємності; порівняння результатів зіставлення реальної й потенційної ємності ринку основних груп продовольчих товарів.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Продовольчий ринок регіону є контролюючою стадією всього продовольчого комплексу, у якому всі стадії виробництва кінцевого продукту взаємоконтролюють і взаєморегулюють один одного. Економічні відносини на продовольчому ринку здійснюються за принципами:

відшкодування витрат виробників; задоволення потреб населення в продуктах харчування.

Особливість регіонального продовольчого ринку доцільно охарактеризувати через його функції. До основних функцій належать забезпечення платоспроможного попиту населення регіону продуктами харчування, реалізація частини сукупного суспільного продукту для особистого споживання, формування асортиментів і підтримка певної якості товарів, стимулювання розвитку сільськогосподарських товаровиробників.

Регіональний продовольчий ринок виконує ряд додаткових функцій: складування, зберігання, транспортування, інформаційну функцію, що заснована на маркетингових дослідженнях.

Ринковий механізм продовольчого ринку в регіоні, що заснований на врахуванні попиту на продукти харчування та їх пропозиції, розвитку конкуренції між споживачами й виробниками, покликаний активізувати сільськогосподарське виробництво території, виробництво переробних підприємств регіону, комерційно-підприємницьку діяльність для задоволення потреб у продуктах харчування.

Залежність попиту на продукти харчування від ціни в цілому порівняно низька. По дорогих (делікатесних) товарах еластичність попиту велика, а по товарах першої необхідності практично дорівнює нулю. Основним фактором, що впливає на цінову еластичність попиту продуктів харчування, є питома вага видатків на даний продукт у загальних видатках споживача. Чим вона більша, тим більшою є еластичність попиту.

Ще однією характерною рисою є попит. Особливістю його на продовольчому ринку регіону є запізнена реакція споживачів на зміну цін. Інакше кажучи, після підвищення цін покупці продовжують купувати товар у колишніх кількостях, поки не знайдуть гідної заміни.

Фактори, що визначають попит на продукти харчування практично співпадають з факторами попиту на інші товари. Однак ступінь їх вагомості й пріоритетність специфічні. Основним, найважливішим фактором є ціна даного товару. Другим фактором є грошовий дохід покупця. При цьому індивідуальний попит характеризується індивідуальним доходом, а сукупний попит характеризується сукупним або середнім доходом. Далі впливають фактори: споживчі смаки й переваги покупців, їх стиль життя, склад родини [1; 4].

Особливістю продовольчого ринку є також і те, що він тісно пов'язаний з аграрним сектором економіки, тому що основою продовольчого ринку є як сільськогосподарське виробництво (молоко, овочі, фрукти), так і продукти його переробки (м'ясо, ковбаси, кисломолочні продукти, соки, хліб і хлібобулочні продукти тощо).

Особливістю функціонування товарної пропозиції продуктів харчування є ціна. З підвищенням закупівельних цін збільшується обсяг виробництва, а ріст цін роздрібною торгівлі веде до збільшення поставок продовольства на ринок.

Продовольчий ринок характеризується сукупністю ринкових сегментів, які можна розділити на три великі групи: сільськогосподарські товаровиробники, переробні підприємства, кінцеві споживачі. Два перших двох груп сегменти слід розглядати як сукупність товару, виробленого підприємствами.

Під ємністю продовольчого ринку, на наш погляд, варто розуміти сукупність продуктів харчування, що знаходяться на ринку в певний проміжок часу. Основними факторами, що впливають на ємність є: обсяг продажу товарів, кількість й розмір підприємств, що виступають на ринку як продавці і торговельні посередники.

Визначення ємності продовольчого ринку, ми вважаємо за доцільне здійснювати з допомогою методики, що складається із чотирьох етапів.

На першому етапі необхідно провести дослідницьких дій: одержання офіційних даних по продовольчому ринку, залучивши статистичну інформацію або маркетингові агентства, і додати до них обсяг неофіційного ринку (35—40%); збір і аналіз статистичних даних про населення й підрахунок продажу товарної групи на людину.

Наступним кроком першого етапу є систематизація даних, побудова групувальних і аналітичних таблиць, динамічних рядів показників, що аналізуються, діаграм.

Цей етап аналізу інформації є підготовчим, оскільки визначає кількісну і якісну оцінку ємності продовольчого ринку. Результатом першого етапу є одержання аналітичних даних, на основі яких можливе визначення ємності ринку продовольства.

На другому етапі визначаємо реальну ємність ринку продовольства, яку можна розрахувати як суму виробництва продукції, обсягу імпорту продукції торговельними організаціями, обсягу залишків у торговельних організаціях і обсягу державних запасів, за винятком обсягу експорту:

$$\epsilon = O_{\text{пр}} + O_{\text{ім}} + O_{\text{зал}} + O_{\text{д.з.}} - O_{\text{е}} \quad (1),$$

де ϵ — реальна ємність продовольчого ринку;

$O_{\text{пр}}$ — обсяг виробництва продовольства;

$O_{\text{ім}}$ — обсяг імпорту продуктів харчування;

$O_{\text{зал}}$ — обсяг залишків продовольства в торговельних організаціях;

$O_{\text{д.з.}}$ — обсяг державних запасів;

$O_{\text{е}}$ — обсяг експорту продуктів харчування.

При цьому наведені показники розраховуються як сумарний обсяг реалізації розглянутої групи продукції.

Третій етап — визначення потенційної ємності. Під потенційною ємністю будемо вважати максимально можливий обсяг продажів. При цьому, обсяг продажів розглянемо як сукупність потенційних споживачів, що купують продукти харчування, виходячи з фізіологічних норм споживання. Але, у той же час, потенційної ємності продовольчого ринку досягти неможливо, оскільки в споживачів існують певні обмеження: прибутковість населення, фінансові обмеження, обмеження в споживанні тощо.

При розрахунку потенційної ємності продовольчого ринку використовуються річні норми споживання товару на одного жителя або медичні норми споживання й загальна чисельність населення:

$$\epsilon_{\text{п}} = N_{\text{с}} * Ч_{\text{н}} \text{ або } N_{\text{см}} * Ч_{\text{н}} \quad (2),$$

де $\epsilon_{\text{п}}$ — ємність ринку продовольства регіону;

$N_{\text{с}}$ — річна норма споживання продуктів харчування однією людиною;

$N_{\text{см}}$ — медична норма споживання продуктів харчування однією людиною;

$Ч_{\text{н}}$ — загальна чисельність населення регіону.

Таблиця 1. Коефіцієнти споживання продуктів харчування за групами

Групи споживачів	Коефіцієнти споживання
Діти й підлітки	0,61
Працездатне населення	1
Населення пенсійного віку	0,92

$$d_j = \frac{Q_j}{\sum_j Q_j} \quad (4)$$

d_j — частка j-підприємства в загальному продажі i-товару;

Q_{ij} — продаж j-підприємством i-го товару;

$\sum_j Q_{ij}$ — сума всіх продажів i-го

товару на ринку;

n — кількість j-х підприємств, що функціонують на даному ринку.

Після розрахунку частки ринку, що займає підприємство доцільно ранжувати підприємства згідно позицій, які вони займають на ринку (табл. 2).

Таблиця 2. Ранжування підприємств за їх ринковими позиціями в регіоні, %

Показник	Частка на ринку, %			
	≥40	40-20	20-10	≤ 10
Позиція підприємства	Лідер ринку	Претендент на лідерство (підприємство із сильною конкурентною позицією)	Послідовник (лідер, підприємство зі слабкою конкурентною позицією)	Підприємство, що зайняло певну ринкову нішу й уникає конкуренції

Для більше точного визначення норми споживання, на наш погляд, варто розділити населення країни на наступні групи:

- за інтенсивністю споживання (з високим ступенем, середнім, низким);
- за віковими групами (діти, молодь, працездатне населення, населення пенсійного віку);
- за територією проживання (міське, сільське населення).

Для кожної групи визначаємо шукані норми споживання, які надалі будемо застосовувати для розрахунку ємності, що має такий вигляд:

$$E_n = N_{c1} * C_{n1} + N_{c2} * C_{n2} + N_{c3} * C_{n3} \quad (3)$$

де E_n — ємність ринку продовольства регіону;

N_c — норма споживання товару однією людиною;

C_n — чисельність населення регіону.

Проаналізувавши й виявивши норми споживання груп, для спрощення розрахунку виведемо коефіцієнти на загальній основі. Перерахуємо коефіцієнти на одну дорослу людину, отримані результати зведемо в таблицю 1.

Наведений поділ споживачів дозволяє скорегувати норми споживання з урахуванням вікових відмінностей споживання продуктів харчування, виявити ємність продовольчого товару за сегментами споживачів.

Четвертим етапом є порівняння результатів зіставлення реальної й потенційної ємності ринку основних груп продовольчих товарів. За допомогою порівняльного аналізу можливе виявлення забезпечення потенційної ємності продукту харчування, що дозволяє визначити можливість вивозу цієї продукції в інші регіони, а також ввозу дефіцитної продукції при значному перевищенні реальної ємності над потенційною.

Визначення ємності ринку сільськогосподарських підприємств доцільно здійснювати на основі вторинних даних державної або регіональної статистики. Взявши відношення обороту сільськогосподарського підприємства до ємності ринку, отримуємо частку ринку цього підприємства. Частка ринку підприємства може характеризуватися як об'єктивний показник, що здатний узагальнено показати результат дії конкуренції на ринку. Вона може бути визначена в загальному обсязі продажів даного товару на ринку, що обчислюються в натуральних або вартісних одиницях:

ВИСНОВОК

Зниження ринкової частки сільськогосподарських товаровиробників призводить до зниження ємності продовольчого ринку. Це пов'язано, насамперед, зі зменшенням обсягів виробництва як сільськогосподарської сировини, так і продовольства. При розрахунку ємності ринку продовольства варто мати на увазі, що розрахунок ємності ринку за певними групами товарів має свої особливості й часом вимагає корегуючих коефіцієнтів. У зв'язку з цим, методологія розрахунку ємності регіонального ринку за конкретною групою продуктів харчування повинна бути індивідуальною.

Література:

1. Глобальна продовольча безпека: монографія / О.Г. Білорус, М.В. Зубець, П.Т. Саблук, В.І. Власов // Ін-т світової економіки і міжнародних відносин НАН України, ННЦ "Ін-т аграр. економіки" УААН. — Київ: ІАЕ УААН. — 2009. — 486 с.
2. Ліферт В.М. Продовольча безпека України поза небезпекою / В.М. Ліферт //Круглий стіл з питань продовольчої й аграрної політики. — 1996. — №1. — С. 6—10.
3. Малік М.Й. Концептуальні засади розвитку сільських територій / М.Й. Малік, В.А. Пулім // Економіка АПК. — 2006. — № 4. — С. 27—29.
4. Шмельов Г.І. Продовольча безпека: шляхи досягнення / Г. І. Шмельов // Проблеми прогнозування. — 1999. — № 1. — С. 27—40.

References:

1. Bilorus, O. H. Zubets', M. V. Sabluk, P. T. and Vlasov V. I. (2009), "Hlobal'na prodovol'cha bezpeka", [Global food security], Naukova dumka, Kyiv, Ukraine.
2. Lifert, V. M. (1996), "Food security Ukraine out of danger", Kruhlyj stil z pytan' prodovol'choi j ahrarnoi polityky, vol. 1, pp. 6—10.
3. Malik, M. J. and Pulim, V. A. (2006), "Conceptual Framework for Rural", Ekonomika APK, vol. 4, pp. 27—29.
4. Shmel'ov, H. I. (1999), "Food security: a Way to Achieve", Problemy prohnouzuvannia, vol. 1, pp. 27—40. *Стаття надійшла до редакції 27.06.2014 р.*