

кети, склад-клуби, класичні супермаркети, магазини біля дому, продовольчі відділи, гастрономи, цілодобові магазини, магазини при АЗС, дискаунтери, аптеки, магазини засобів гігієни та косметики, магазини алкогольної продукції, винні бутіки та паби, булочні, кондитерські магазини, магазини здорової їжі, магазини замороженої продукції, кіоски, торгові автомати, автолавки, комбіновані продовольчі та аптечні магазини, будівельні магазини, універсами, Cash & Carry, оптові продажі з доставкою, продуктові послуги, товари для дітей, магазини побутової техніки та електроніки [8, с. 60–61]. Підходи щодо визначення форматів роздрібною торгівлі наведено у табл. 2.

Висновки. Розглянувши підходи до визначення основних форматів роздрібною торгівлі, зазначимо, що в основному види закладів роздрібною торгівлі виділяють з урахуванням їх місця розташування, товарної спеціалізації, розміру торговельної площі, залежно від характеру обслуговування та форми продажу товарів, кількості ексклюзивних товарів, рівня цін, сегменту споживачів.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Апопій В.В. Характер сучасного розвитку внутрішньої торгівлі України / В.В. Апопій, Н.С. Ситник // Торговля, комерція, підприємство : зб. наук. праць. – Львів : Львівська комерційна академія, 2012. – Вип. 13. – С. 5–9.
2. Белявцев М.І. Інфраструктура товарного ринку : [навч. посіб.] / М.І. Белявцев, Л.В. Шестопалова. – К. : Центр навч. л-ри, 2005. – 410 с.
3. Азарян О.М. Організація і технологія торгівлі : [навч. посіб.] / О.М. Азарян, Е.М. Локтев, В.П. Оліфіров. – Донецьк : Дмитренко, 2007. – 528 с.
4. Кавун О.О. Підприємницькі мережі у роздрібній торгівлі України: сутність, класифікація і перспективи формування / О.О. Кавун // Актуальні проблеми економіки. – 2010. – № 5(107). – С. 97.
5. Клочкова О.В. Роздрібні торговельні мережі: регіональні фактори розвитку : автореф. дис. ... канд. екон. наук : спец. 08.00.04 / О.В. Клочкова. Х., 2011. – 20 с.
6. Яців І.Б. Еластичність попиту на продовольчі товари як елемент конкурентного середовища / І.Б. Яців // Вісник Хмельницького національного університету. – 2010. – № 2. – Т. 1. – С. 61–64.
7. Міценко Н.Г. Особливості розвитку торговельних мереж у конкурентному середовищі / Н.Г. Міценко, Л.Л. Бойко // Науковий вісник НЛТУ України. – 2010. – Вип. 20.8. – С. 216–220.
8. Горбенко О.В. Ринок продуктової роздрібною торгівлі в Україні: формати, мережі, розвиток / О.В. Горбенко // Молодий вчений. – 2015. – № 9.– Ч. 1. – С. 59–66.
9. Волосюк І. Формат ТЦ: індивідуалізація или обобщение? / І. Волосюк // Commercial Property. – 2006. – № 2. – С. 42–46.
10. Варли Р. Основы управления розничной торговлей / Р. Варли, М. Рафик. – М. : Изд. дом Гребенникова, 2005. – 456 с.
11. Управление розничным маркетингом / Под ред. Д. Гилберта ; пер. с англ. – М. : ИНФРА-М, 2005. – 571 с.
12. Савощенко А.С. Инфраструктура товарного рынка : [навч. посіб.] / А.С. Савощенко. – К. : КНЕУ, 2005. – 336 с.
13. Організація торгівлі : [підручник] / В.В. Апопій [та ін.] ; 2-ге вид., перероб. та доп. – К. : Центр навч. л-ри, 2005. – 616 с.
14. Кононова Е. Торговое многоточие / Е. Кононова, Е. Микитенко, М. Копиленко // Новый маркетинг. – 2004. – № 12. – С. 47–52.

УДК 338. 443:637.1 (477)

Марченко І.О.

аспірант кафедри глобальної економіки
Національного університету біоресурсів і природокористування України

ФОРМУВАННЯ ТА РОЗВИТОК ЕКОНОМІЧНОЇ КОНКУРЕНЦІЇ НА РИНКУ БЕЗЛАКТОЗНОЇ МОЛОЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ

Статтю присвячено дослідженню формування та розвитку економічної конкуренції на вітчизняному ринку безлактозної молочної продукції. Вивчено вплив умов євроінтеграційних процесів на укрупнення агентів ринку шляхом консолідації виробничих підприємств. Означено пріоритетні напрями розвитку та шляхи підвищення ефективності товаровиробників на ринку безлактозної молочної продукції.

Ключові слова: ринок, безлактозна молочна продукція, економічна конкуренція, євроінтеграція, формування ринку, регулювання ринку, імпорт, експорт, економічне сальдо.

Марченко И.О. ФОРМИРОВАНИЕ И РАЗВИТИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ КОНКУРЕНЦИИ НА РЫНКЕ БЕЗЛАКТОЗНОЙ МОЛОЧНОЙ ПРОДУКЦИИ

Статья посвящена исследованию формирования и развитию экономической конкуренции на отечественном рынке безлактозной молочной продукции. Изучено влияние условий евроинтеграционных процессов на укрупнение агентов рынка путем консолидации производственных предприятий. Отмечены приоритетные направления развития и пути повышения эффективности товаропроизводителей на рынке безлактозной молочной продукции.

Ключевые слова: рынок, безлактозная молочная продукция, экономическая конкуренция, евроинтеграция, формирование рынка, регулирование рынка, импорт, экспорт, экономическое сальдо.

Marchenko I.O. FORMATION AND DEVELOPMENT OF ECONOMIC COMPETITION ON THE MARKETS OF LACTOSE FREE DAIRY PRODUCTS

The article investigates the formation and development of economic competition in the domestic market lactose dairy products. The influence of European integration processes in terms of consolidation agents market by consolidating manufacturing enterprises. Author determined priority directions of development and ways to improve market producers lactose dairy products.

Keywords: market, lactose dairy products, economic competition, European integration, market development, market regulation, imports, exports, economic balance.

Постановка проблеми. Трансформаційні перетворення національної економіки України у площині інтеграції до Європейського Союзу відкривають нові

можливості для виходу вітчизняної безлактозної молочної продукції на глобальний агропромисловий ринок. Разом із тим в умовах функціонування

зони вільної торгівлі на вітчизняний ринок увійдуть крупні транснаціональні компанії, що призведе до загострення конкуренції. За таких умов актуалізується питання дослідження формування та ефективності регулювання конкурентоспроможності вітчизняних молокопродуктових підприємств, як одного з економічних аспектів інтегрування України до Європейського Союзу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Основним проблемам формування та розвитку економічної конкуренції на ринку молочної продукції, зокрема, сегменту безлактозної молочної продукції, присвячено ряд наукових доробків П.Т. Саблука, О. М. Шпичака, П.І. Гайдуцького, П.С. Березівського, В.І. Бойка, Ю.М. Макаренка, В.Я. Месель-Веселяка та ін.

Мета статті полягає у визначенні основних тенденцій формування і розвитку економічної конкуренції на ринку молока та безлактозної молочної продукції в Україні.

Виклад основного матеріалу дослідження. Формування та розвиток економічної конкуренції на ринку безлактозної продукції відбувається під дією зовнішньоекономічних факторів, домінуючим із яких постали трансформаційні перетворення економіки України на шляху до асоціації із Європейським Союзом. У сучасних умовах короткострокової перспективи відкриття зони вільної торгівлі між Україною та ЄС підвищується значення конкурентоспроможності вітчизняного товаровиробника для забезпечення економічної безпеки національної економіки.

Забезпечення конкурентоспроможності національного товаровиробника залежить від ряду зовнішніх та внутрішніх факторів, що створює необхідність використання системного підходу в дослідженні їх впливу. Такий підхід дозволить розробити стратегію управління розвитком економічної конкуренції та виявити критичні фактори у процесі її формування. Розвиток економічної конкуренції на ринку безлактозної молочної продукції залежить від особливостей даної галузі, зокрема, сировинної бази наповнення ринку, диверсифікації представленого на ринку товару, стратегії ціноутворення, маркетингової діяльності, відповідності представлених на ринку виробничих підприємств міжнародним стандартам якості.

Державне регулювання економічної конкуренції ґрунтується на нормах, установлених Конституцією України, а також відповідно до законів України № 3659-12 «Про Антимонопольний комітет України», № 236/96 «Про захист від недобросовісної конкуренції» та № 2210-III «Про захист економічної конкуренції» від 11.01.2001 р., відповідно до якого економічна конкуренція визначається як «...змагання між суб'єктами господарювання з метою здобуття завдяки власним досягненням переваг над іншими суб'єктами господарювання, унаслідок чого споживачі, суб'єкти господарювання, мають можливість вибирати між кількома продавцями, покупцями, а окремий суб'єкт господарювання не може визначити умови обороту товарів на ринку». При цьому економічна наука трактує конкурентоспроможність товару, як здатність продукції бути привабливішою для покупця у порівнянні з іншими виробами аналогічного виду й призначення, завдяки кращій відповідності її якісних і вартісних характеристик вимогам ринку й споживчим оцінкам.

Ринкове регулювання економічної конкуренції включає інструменти урівноваження попиту та пропозиції, а також встановлення ціни та товар. На ринку молочної продукції відбувається конкурен-

ція між молокопереробними підприємствами у сфері закупівлі молочної сировини від товаровиробників молока та орієнтації споживача. З метою заохочення попиту для різних цінних сегментів споживачів, а також тих, чий вибір вмотивований станом здоров'я та непереносимістю окремих складових молочної продукції, зокрема, лактози молокопереробні підприємства проводять диверсифікацію виробленої молочної продукції.

Проведені дослідження показали, що за 2014 та 2015 рр. в Україні істотно знизилася купівельна спроможність населення, при цьому їх попит орієнтується, головним чином, на найдешевші види молочної продукції, в основному вітчизняного виробництва. Таким чином, відбулося зниження експорту вітчизняних молокопродуктів та збільшення імпорту молочної продукції з інших країн світу.

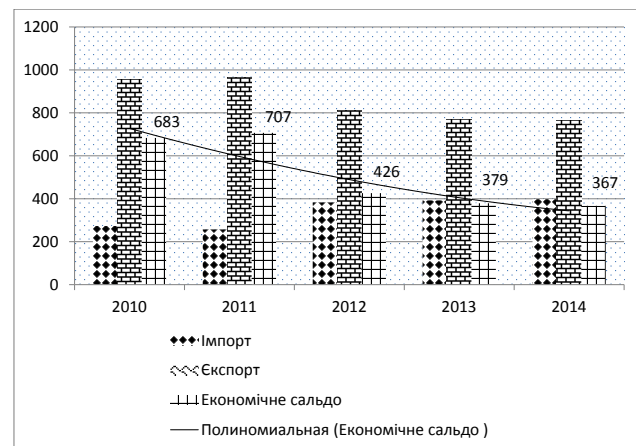


Рис. 1. Динаміка економічних показників міжнародної торгівлі молочною продукцією України за 2010–2014 рр. (млн. дол. США)

Молокопереробні підприємства потужністю понад 150 т молока за добу витісняють дрібних товаровиробників. Потужні молокопереробні підприємства мають сталі, міцні господарські зв'язки з виробниками молочної сировини та споживачами кінцевої продукції, пропонують продукцію високої якості та намагаються задовольняти потреби різних прошарків населення. Це все є перевагою перед потенційними конкурентами на ринку молока і молочних продуктів.

У рамках проведеного дослідження було встановлено, що конкуренцію на ринку молочної продукції створюють, головним чином, компанії «Галактон», «ВімбильДан», «Лакталіс – Україна», «Білосвіт – Умань», «Молочна фабрика «Рейнфорд», Харківський молочний комбінат, «Ковель-молоко» та «Мілкіленд – Україна», які займають близько 50% ринку. Випуском молочної продукції, диверсифікованої у напрямі безлактозної, на промисловій основі займається підприємство «Мілкіленд – Україна». Таке сегментування товару на даному підприємстві відбулося у 2015 р., до цього часу на ринку України у промислових масштабах не існувало виробництва безлактозної молочної продукції. Ураховуючи, що на території України від 30 до 50% населення України має непереносимість лактози, створюється попит на даний вид товару.

Державний механізм створення економічної конкуренції на агропромисловому ринку України створює передумови входження на ринок нових виробників, які організують свої виробництва відповідно

до вимог міжнародних стандартів якості. Заходи демонополізації економіки, сприяли створенню системи захисту конкуренції у підприємницькій діяльності, а частка монопольного сектору в економіці країни помітно знизилася. У більшості галузей промисловості, сільського господарства, а також у сфері зв'язку і транспорту все активніше формуються конкурентні відносини.

Формування ринку безлактозної молочної продукції відбувається із переоцінкою значення конкуренції та конкурентної політики держави в системі економічних перетворень в Україні. Сьогодні в країні немає впливових політичних та суспільних сил, які б заперечували необхідність і користь економічної конкуренції. Політика послідовного сприяння розвитку конкурентних відносин стала одним із важливих чинників, що забезпечують високі темпи економічного зростання, стабільність національної грошової одиниці, позитивні зрушення у сфері життєзабезпечення населення та поступове покращання його добробуту.

Економічні процеси на практиці підтверджують взаємопов'язаність і взаємовплив розвитку конкурентних відносин і економічної активності. Найвищі темпи приросту промислової продукції спостерігалися в галузях, де найбільш глибоко та послідовно сформувалося конкурентне середовище. Це, зокрема, легка і харчова промисловість, целюлозно-паперова, поліграфічна та деревообробна промисловість, а також видавнича справа.

Закріплення та посилення цих тенденцій, забезпечення умов для стійкого тривалого зростання потребує зменшення частки монопольного сектору в економіці України. Спроможність держави не лише визначати, а й гарантувати дію закону для всіх суб'єктів господарювання, проводити дієву конкурентну політику є основою інвестиційної привабливості економіки, головним чинником її стабільності.

Формування конкурентної політики з точки зору необхідності переорієнтації структурних зрушень в економіці має вплив ефективного функціонування молокопродуктового підкомплексу України, зокрема, ринку безлактозної молочної продукції. Це, у свою чергу, передбачає здійснення комплексу заходів щодо формування ефективного конкурентного середовища як механізму, що в короткостроковій перспективі сприятиме економічному зростанню, поєднаному з реалізацією ключових завдань соціального розвитку, а в довгостроковій – стане одним з основних чинників створення та функціонування соціально орієнтованої ринкової економіки в Україні. До основних завдань конкурентної політики в умовах сьогодення можна віднести посилення впливу конкуренції на ціноутворення, формування конкурентного середовища на ринках енергоносіїв, сільгосппродукції, житлово-комунальних послуг [1; 5].

Інструментарієм забезпечення розвитку ринку безлактозної молочної продукції та формування конкуренції на ньому виступає зниження рівня податкового тиску з одночасним розширенням бази оподаткування. Методами реалізації даного інструментарію виступають скасування пільг і преференцій окремим суб'єктам господарювання, вирівнювання умов конкуренції на регіональному та місцевих рівнях, удосконалення правових механізмів добросовісної конкуренції та скасування економічно не виправданих податкових пільг. Створення рівних умов конкуренції для всіх суб'єктів господарювання безпосередньо пов'язане з упорядкуванням та оптимізацією державної підтримки окремих суб'єктів господарювання

та галузей економіки. Водночас приведення практики сприяння формування конкуренції на агропродовольчому ринку у відповідність до європейських норм стане важливим кроком на шляху інтеграції України до Європейського Союзу.

Формування та розвиток повноцінного конкурентного середовища має сприяти вдосконаленню механізмів управління державною власністю. Таким чином, необхідно забезпечити ефективне управління державними підприємствами, для перетворення їх на рівноправних учасників ринку та утворення конкуренції між ними

Забезпечення повноцінної реалізації положень Закону України «Про захист економічної конкуренції» визначає правові засади підтримки і захисту економічної конкуренції, обмеження монополізму в господарській діяльності та спрямоване на забезпечення ефективного функціонування вітчизняної економіки на основі розвитку конкурентних відносин.

Розробка комплексу заходів для розвитку конкурентних відносин потребує якнайшвидшого визначення принципів здійснення та етапів реформування господарської діяльності органів виконавчої влади, упорядкування та оптимізація цієї діяльності є невід'ємною складовою реформ, які необхідно виконати з метою виконання зобов'язань України в рамках укладеної Угоди про асоціацію України з Європейським Союзом. Основними задачами при цьому виступає усунення нетарифних бар'єрів, в основі яких лежить доведення якості вітчизняних товарів до міжнародних стандартів безпечності та якості харчових продуктів.

Для забезпечення конкурентоспроможності вітчизняного ринку молочної продукції необхідно створити національну стратегію розвитку виробничих потужностей безлактозної молочної продукції та впровадження асортименту молочної продукції, яка має лікувально-профілактичне значення та задовольняє потреби споживачів в екологічно чистій продукції; забезпечення дотримання високого рівня санітарної культури, автоматизації виробництва, багатоступеневої системи забезпечення якості, що поліпшить якість молочної продукції; поєднання традиційних українських технологій, рецептур з впровадженням нових і постійне вдосконалення виробництва; розширення асортименту продукції (по кожному традиційному молочному продукту випускати якомога більше найменувань, що дасть змогу розширити ринок збуту продукції); використання високоякісної сировини без консервантів, з натуральними добавками, ароматизаторами, наповнювачами; збільшення виробництва козиного молока при виробництві кисломолочних продуктів, що уможливить зниження їх собівартості й підвищення доступності для малозабезпечених верств населення, збільшення обсягу й розширення асортименту молочної продукції; випуск асортименту продукції залежно від потреб різних сегментів цільового ринку (для харчування дітей від народження до року, для дітей молодшого й старшого шкільного віку, людей похилого віку, спортсменів, вагітних жінок та інших категорій). Ця продукція матиме різний біологічний склад та енергетичну цінність; зростання обсягів виробництва продукції з подовженими термінами зберігання, зниження калорійності та рівня холестерину, підвищення їх лікувальних і дієтичних властивостей, випуск безлактозного молока.

Формування цільного конкурентного середовища диктує необхідність відпрацювання кожного параметра молочної продукції: смакових якостей, дизайну

упаковки, ціни, асортименту. До вирішальних чинників, які визначають оптимальний асортимент молочної продукції, можна віднести національні традиції, регіональні особливості споживача, відмінності у вимогах до харчування у різних категоріях споживачів. Визначальними факторами, які сприяють успішному позиціонуванню молочної продукції на ринку, є достатній обсяг сировини, якість сировини та виробленої продукції, менеджмент у підприємстві, обсяг капіталу, конкурентоспроможна вартість підприємства. Для створення таких умов необхідно забезпечити перехід усіх агентів ринку на міжнародні стандарти якості.

Глобальна ініціатива з безпеки харчових продуктів (GFSI) є результатом взаємодії провідних світових експертів у сфері забезпечення безпеки харчових продуктів з боку оптових торговельних мереж, виробників продуктів харчування, компаній, що надають послуги в ланцюзі товарозабезпечення, міжнародних організацій та урядів. Аналіз показав, що на ринку безлактозної молочної продукції при отриманні сертифікату на відповідність одного із стандартів GFSI товаровиробник підпадатиме на світовому ринку під принцип «Сертифікований одного разу – визнаний скрізь». При цьому не має необхідності проходити сертифікацію іншим рівнозначним стандартом. Метою діяльності GFSI є забезпечення постійного вдосконалення системи регулювання ринку у напрямі безпечності харчових продуктів в усьому світі, що дозволить управляти ризиками на локальному, національному і глобальному ринках, мінімізувати та попередити розповсюдження дії небезпечних та шкідливих факторів та явищ. Запропоноване, у свою чергу, призведе до зміцнення національних економік шляхом зменшення передбачуваних витрат на урегулювання надзвичайних ситуацій [7].

Регулювання стандартів і схем сертифікації та їх визнання GFSI здійснюється на основі положень Керівного документа GFSI. На даний час цими положеннями визнані наступні стандарти і схеми сертифікації: FSSC 22000, IFS Food Standard, BRC Global Standard, SQF CODE, Global Red Meat Standard (GRMS), GLOBAL GAP, Canada GAP Scheme, Global Aquaculture Alliance Seafood Processing Standard, PrimusGFS Standard та IFS PAC secure. Варто зазначити, що провідні інтегровані компанії з виробництва та реалізації на ринку агропродовольчої продукції пройшли GFSI-сертифікацію. Представниками GFSI в Україні стали: Danone, McDonald's Corporation, Hormel Foods Corporation, AEON Co., Coca-Cola Company, Carrefour SA Auchan, Wal-Mart Stores Inc., Campbell's Cargill Inc., Kraft Foods Inc. Migros, Burger King Corporation, METRO GROUP Groupe, Sodexo та ін.

Перспективи подальших досліджень у даному напрямі полягають у впорядкуванні понятійно-категоріального апарату теорії формування конкуренції, здійснення аналізу стану конкурентного середовища ринку безлактозної молочної продукції та опрацю-

вання організаційно-економічних аспектів упровадження технології управління конкурентними перевагами в діяльності вітчизняних підприємств.

Висновки. Захист конкуренції на регіональних товарних ринках та її підтримка в період становлення ринкової економіки пов'язана трансформаційними перетвореннями економіки України у напрямі євроінтеграційних устремлень.

Регулюючі заходи держави по сприянню конкуренції та розвитку конкурентного середовища на ринку безлактозної молочної продукції полягають у стимулюванні розвитку молокопродуктового підкомплексу агропромислового ринку України та заохоченні діючих підприємств до виробництва продукції на міжнародних стандартах якості та безпечності. Методами здійснення політики сприяння конкуренції є податкові та митні важелі, пільгове кредитування підприємств. Для сприяння розвитку конкуренції на ринку безлактозної молочної продукції необхідно мати на увазі наступне:

1. Пріоритетність виробництва безлактозної молочної продукції повинна регулюватися залежно від потреби по регіонах як соціальної значимої продукції для людей із незасвоєнням лактози, що стимулюватиме формування конкуренції в даному сегменті ринку.

2. Запровадити загальнодержавну систему довідково-консультативних послуг для малих підприємств по диверсифікації молочної продукції на безлактозну як таку, що спрямована для людей з особливими потребами.

3. Формування та розвиток конкуренції на внутрішньому ринку України в умовах зони вільної торгівлі з ЄС можуть бути забезпечені при умові впровадження міжнародної сертифікації для національного виробника молочної продукції.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Закон України «Про захист економічної конкуренції» від 11.01.2001 р. № 2210-III // Відомості Верховної Ради України. – 2001. – № 12. – С. 64.
2. Березівський П.С. Економічна ефективність скотарства та шляхи її підвищення / П.С. Березівський. – Львів : Укр. технології, 2008. – 156 с.
3. Саблук П.Т. Економіка виробництва молока і молочної продукції в Україні : [монографія] / П.Т. Саблук. – К. : ННЦ ІАЕ, 2005. – 340 с.
4. Шпичак О.М. Стан та перспективи розвитку молокопродуктового підкомплексу АПК України / О.М. Шпичак. – К., 2014. – 155 с.
5. Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.ukrstat.gov.ua.
6. Новак І.М. Тенденції розвитку світового ринку молока та досвід міжнародної торгівлі на зовнішніх ринках вітчизняних виробників молочної продукції / І.М. Новак // Інноваційна економіка [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://archive.nbuv.gov.ua>.
7. Тваринництво України у 2014 р. : стат. зб. – К. : Держкомстат України, 2015. – 240 с.
8. Основні економічні показники діяльності сільськогосподарських підприємств у 2013 р. : стат. зб. – К. : Держкомстат України, 2014. – 116 с.