

## **Маркетинговий аналіз ефективності функціонування товарного ринку хлібних продуктів у Львівській області**

*Запропоновано нові підходи щодо оцінки ефективності функціонування товарних ринків (на прикладі ринку хлібних продуктів у Львівській області) на основі балансового методу та розрахунку показників концентрації. При аналізі формування і функціонування структури ринку хлібних продуктів у Львівській області було взято до уваги основні критерії, які визначають тип товарного ринку, а саме: кількість виробників, їхню ринкову частку, характер продукту, особливості контролю за цінами з боку держави. Обґрунтовано висновок щодо рівня конкуренції на ринку та визначення бар'єрів входу на ринок іншими суб'єктами підприємницької діяльності. Ключові слова: ринкова частка, ринкові бар'єри, показники концентрації, ринкова структура.*

Маркетинговий моніторинг кон'юнктури товарних ринків постійно здійснюється у багатьох країнах світу та через низку міжнародних організацій. В переліку міжнародних джерел найчисельнішими є публікації ООН та її спеціалізованих установ, а також ЄС, СОТ, МВФ, МБРР. Важливу інформацію про стан і перспективи розвитку товарних ринків публікують різноманітні міждержавні галузеві організації [1–3; 5].

Вагомий внесок у розвиток теорії і практики управління товарними ринками зробили вітчизняні і зарубіжні вчені: Г. Ассел, І. Беляєвський, Ф. Букерель, А. Даїан, М. Долішній, В. Карпов, Дж.М. Кейнс, І. Кокарев, Ф. Котлер, Р. Ланкар, М. Портер, М. Пугачова, І. Решетников, Є. Савельєв, П. Самуельсон, В. Степашка, С. Фішер та ін. Але необхідно підкреслити, що у вітчизняній економічній науці проблеми становлення та функціонування товарних ринків ще недостатньо вивчені та науково обґрунтовані. Тому існує потреба у глибшому аналізі наявного інструментарію державної політики стосовно товарних ринків та в розробленні пропозицій щодо підвищення ефективності його застосування на сучасному етапі розвитку економіки України, що і обумовило вибір теми статті.

Теоретичною та методологічною основою статті є положення економічної теорії, статистики, маркетингу, роботи вітчизняних та зарубіжних вчених із проблем ефективності функціонування товарних ринків.

Традиційно у сучасній статистиці рух, розподіл і використання продукції сільського господарства вивчаються за допомогою побудови системи балансів продуктів. Такі баланси складаються як за календарний, так і за маркетинговий рік. Маркетинговий рік залежно від виду продукції може бути різним: наприклад, для зернових – це період з 1 липня по 30 червня, для цукрового буряку – з 1 жовтня по 30 вересня.

Система балансів, які розробляє Держкомстат України з метою проведення балансового аналізу і споживання основних сільськогосподарських і продовольчих продуктів, включає два типи таких балансів:

- баланси ресурсів і використання (продовольчі баланси);
- сільськогосподарські баланси, тобто баланси в розрізі сільськогосподарських товаровиробників.

Ці баланси мають принципові відмінності, хоча тісно пов'язані між собою. Необхідність побудови обох типів балансів обумовлена особливостями інформаційної бази, методології їх розрахунку та кінцевою метою їх використання.

Метою статті є визначення ефективності функціонування регіонального товарного ринку хлібних продуктів на основі запропонованого автором алгоритму розрахунку балансу, який є зведеною формою двох вищезгаданих типів.

Складність реалізації таких розрахунків, зокрема на рівні певної області (у даному випадку аналіз буде здійснений на прикладі Львівської області), полягає у тому, що продовольчі баланси основних сільськогосподарських і продовольчих продуктів розробляються лише на державному рівні, в цілому по Україні. Тому наведена у балансах інформація має розрахунковий характер.

Аналізуючи формування і функціонування структури цього ринку за період 2003-2007 рр., ми використовуватимемо такі основні критерії, які визначають тип товарного ринку, а саме: кількість виробників, їхню ринкову частку, характер продукту, особливості контролю за цінами з боку держави.

Маркетинговий аналіз вказаного ринку вимагає отримання інформації щодо обсягів виробництва та кількості підприємств-учасників ринку за його основними товарними групами, а саме: обсягів виробництва борошна; хліба та хлібобулочних виробів; круп; макаронних виробів; борошняних кондитерських виробів (рис. 1).

З рис. 1 чітко видно, що у структурі виробництва хлібних продуктів за аналізований період у Львівській області переважає виробництво борошна та хліба й хлібобулочних виробів (для співставності даних був здійснений перерахунок на борошно за всіма товарними групами).

Необхідно відзначити тенденцію до зменшення обсягів виробництва хлібопродуктів у перерахунку на борошно промисловими підприємствами, яку можна пояснити впливом таких чинників:

- 1) наявної демографічної ситуації у країні та в області зокрема, тобто постійним скороченням чисельності наявного населення (рис. 2);

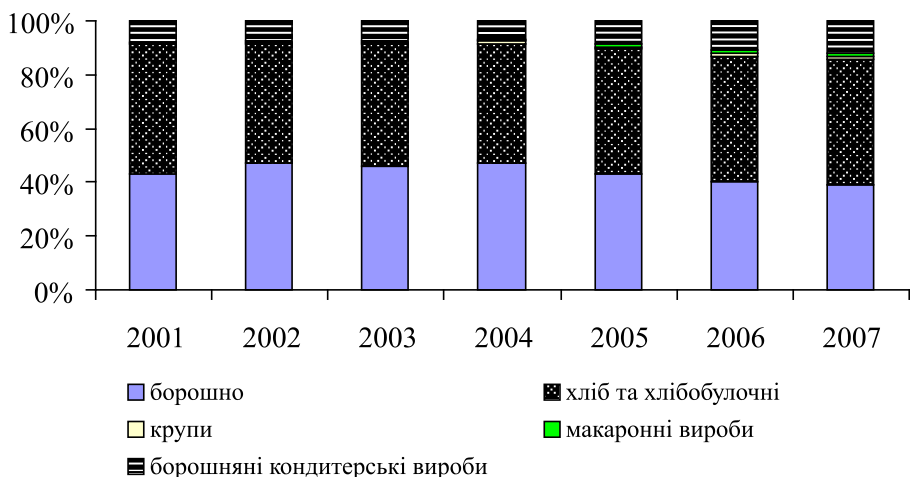


Рис. 1. Обсяги виробництва хлібних продуктів у перерахунку на борошно у Львівській області, % [6]



Рис. 2. Співвідношення обсягів виробництва хлібопродуктів до чисельності наявного населення у Львівській області [6]

- 2) зміною у смакових уподобаннях та, як наслідок, зменшення норми споживання хлібних продуктів;
- 3) позитивних змін за аналізований період у купівельній спроможності населення та розвитку економіки країни в цілому і відповідно пов'язаних із цим змін у структурі споживання.

Наступним кроком аналізу є визначення співвідношення попиту й пропозиції на товарному ринку і відповідно рівня задоволення потреб споживачів. Проведений аналіз дозволяє зробити висновки про дисбаланс у структурі попиту та пропозиції. За аналізований період фактичний обсяг виробництва хлібопродуктів не задовольняє повністю наявної потреби на ринку, про що свідчить перевищення фонду споживання над обсягом виробництва хлібопродуктів у перерахунку на борошно (табл. 1).

Тобто місткість зайнятого ринку (обсяги продажу, які були досягнуті у минулих періодах) перевищує виробничий потенціал (можливий обсяг виробництва й поставки товарів на ринок) діючих на ринку підприємств.

Кон'юнктурні дослідження свідчать про те, що крупи завозяться у досліджувану область з інших регіонів країни, зокрема рис – повністю завізний; борошно частково завозиться з Рівненської області та Півдня країни. Отже, можемо припустити, що потреба в окремих категоріях хлібних продуктів задовольняється за рахунок їхнього імпорту з інших областей країни. Детальніше дослідити рух товаропотоків між областями неможливо, оскільки він не відображається в сучасній статистичній звітності, тому наші висновки базуються лише на основі результатів отриманого балансу товарного ринку хлібних продуктів (табл. 1).

Для оцінки дисбалансу попиту та пропозиції на даному товарному ринку пропонується визначити ступінь відкритості ринку (надалі – СВР) щодо між-регіональної торгівлі, який розраховується як відсоткове співвідношення суми загального обсягу ввезення (імпорту) товару на певний ринок з територій інших регіонів держави до загального обсягу ринку за формулою:

Таблиця 1

## Баланс товарного ринку хлібних продуктів у Львівській області

Показники	Роки						
	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
1. Наявна норма споживання (на одну особу за рік; кг)	130,7	125,7	118,4	125,1	120,4	119,9	118,8
2. Середня норма споживання (на одну особу за рік) = $\Sigma$ норм споживання (на одну особу за досліджувані роки; кг) / на кількість років = 122,7							
3. Середньорічна чисельність наявного населення (тис. осіб)	2637,9	2617,6	2604,7	2593,2	2582,6	2572,8	2564,1
4. Середня чисельність наявного населення за досліджувані роки = $\Sigma$ середньорічної чисельності населення за досліджувані роки; тис. ос. / на кількість років = 2596,1							
5. <b>Наявний фонд споживання (п.1*п.3, тис. т)</b>	<b>344,8</b>	<b>329,0</b>	<b>308,4</b>	<b>324,4</b>	<b>310,9</b>	<b>308,5</b>	<b>304,6</b>
6. Середній фонд споживання (п.2*п.4, тис. т)							
7. Обсяг виробництва хлібопродуктів у перерахунку на борошно промисловими підприємствами (тис. т)	286,5	294,7	271,2	266,7	251,3	234,3	214,7
8. Імпорт хлібопродуктів у перерахунку на борошно міжрегіональний (тис. т)	0,3	0,1	0,3	1,7	2,4	1,6	0,0
9. <b>Всього ресурсів (п.7 + п.8)</b>	<b>286,8</b>	<b>294,8</b>	<b>271,5</b>	<b>268,4</b>	<b>253,7</b>	<b>235,9</b>	<b>214,7</b>
10. Експорт	0,5	0,3	0,3	0,2	0,1	0,2	0,2
11. <b>Витрачено хлібопродуктів для споживання (п. 9-п. 10)</b>	<b>286,3</b>	<b>294,5</b>	<b>271,2</b>	<b>268,2</b>	<b>253,6</b>	<b>235,7</b>	<b>214,5</b>
12. Ступінь відкритості ринку (%)	17	10,5	12,1	17,3	18,4	23,6	29,6
13. Кількість виробників – учасників ринку (одиниць), з них	202	199	192	187	170	178	180
– борошно та крупи	62	63	59	55	47	50	55
– хліб та хлібобулочні вироби	114	114	112	111	100	107	102
– макаронні вироби	10	10	9	7	7	5	7
– кондитерські вироби	16	12	12	14	16	16	16

\* За даними <http://www.stat.lviv.ua>.

$$CBP = \frac{Q_V}{Q_{PT}} \times 100\%, \quad (1)$$

де  $Q_V$  – обсяг товару, ввезеного на відповідний ринок з-за меж цього ринку;

$Q_{PT}$  – загальний обсяг реалізації (придбання) товару (товарної групи) на ринку в певних територіальних (географічних) межах [4].

Для цього за кожний рік спочатку дораховано різницю між витратами борошна на споживання та наявним фондом споживання (табл. 1), після чого проведено розрахунки відповідно до формули 1.

Необхідно підкреслити, що для регіональних ринків граничні значення показника такі:

- $CBP < 30\%$  – певна територія коректно визначена як територіальні (географічні) межі ринку;
- $CBP > 30\%$  – територіальні (географічні) межі ринку вимагають додаткового їх дослідження щодо можливості існування ринку товару з такими територіальними (географічними) межами, а також можливого розширення цих меж [4].

Отже, якщо значення  $CBP < 30\%$ , як у нашому випадку (табл. 1), то це означає, що товарний ринок хлібних продуктів є закритим, тобто більшість продукції виробляють місцеві виробники, а вхід на ринок нових виробників є утрудненим. Хоча з 2002 р. значення  $CBP$  постійно збільшується, а у 2007 р. наблизилося до критичного рівня, тобто 30%-го бар'єра, що дозволяє зробити висновок про зменшення ефективності функціонування на ринку основних суб'єктів підприємницької діяльності.

Щодо кількості підприємств на ринку хлібних продуктів у Львівській області, то найбільше їх зосереджено у виробництві хліба та хлібобулочних виробів (табл. 1). Відповідно подальший маркетинговий аналіз буде здійснено саме для цього товарного ринку.

Насамперед, маркетинговий аналіз товарного ринку передбачає визначення його учасників. Станом на 2007 р. на товарному ринку хліба та хлібобулочних виробів у Львівській області, згідно із статистичними даними та інформацією від суб'єктів господарювання, діяло 102 суб'єкти господарювання. За обсягами реалізації найбільшу питому вагу на ринку хліба та хлібобулочних виробів мали п'ять підприємств, ринкові частки яких є найбільшими. Ця інформація є базовою для загального аналізу регіонального товарного ринку хліба та хлібобулочних виробів, розрахунку рівня концентрації, обґрунтованого висновку щодо рівня конкуренції на ринку та визначення бар'єрів входу на ринок іншими суб'єктами підприємницької діяльності.

Існування різних форм концентрації фірм, їхнє прагнення до інтеграції з метою посилення монопольної влади на ринку значно обмежують конкуренцію і спричиняють зміни у структурі ринку. Для вивчення цих змін дослідниками ринкових і галузевих структур розроблено низку кількісних показників концентрації на ринку.

У нашому дослідженні пропонується здійснити розрахунки концентрації ринку хліба та хлібобулочних виробів за допомогою індексів концентрації та Херфіндала-Хіршмана.

Нагадаємо, що індекс концентрації ( $CR_k$ ) визначає суму ринкових часток найбільших фірм, що діють на ринку. Що вищим є значення цього показника

Таблиця 2

Розрахунок рівня концентрації на ринку хліба та хлібобулочних виробів основними виробниками \*

№ з/п	Показники	Роки				
		2003	2004	2005	2006	2007
1.	Кількість виробників – учасників ринку (одиниць)	112	111	100	107	102
2.	Частка ринку лідера (%)	20,0	21,6	23,2	22,8	27,6
3.	Індекс концентрації двох провідних фірм (%)	37,7	43	44,2	43,5	51,1
4.	Індекс концентрації трьох провідних фірм (%)	47,3	61,7	62,9	62,4	61,9
5.	Індекс концентрації чотирьох провідних фірм (%)	54,5	71,1	71,9	71,7	71,8
6.	Індекс Херфіндаля-Хіршмана двох провідних фірм (%)	713,29	924,52	979,24	948,33	1314,01
7.	Індекс Херфіндаля-Хіршмана трьох провідних фірм (%)	805,45	1274,21	1328,93	1305,54	1430,65
8.	Індекс Херфіндаля-Хіршмана чотирьох провідних фірм (%)	857,29	1362,57	1409,93	1392,03	1528,66
9.	Тип ринкової структури (олігополія, монополія, досконала конкуренція, монополістична конкуренція)	олігополія	монополія			

\* За даними <http://www.stat.lviv.ua>.

для одного і того числа найбільших фірм, то менш конкурентною є галузь. На ринку хліба та хлібобулочних виробів більшість отриманих індексів концентрації можна віднести до інтервалу значень  $70 > CRk > 45$ , що свідчить про середній рівень концентрації та потенційну можливість виникнення конкуренції на ньому (табл. 2).

Недоліком цього показника є те, що він не враховує розмір фірм і їхню величину відносно ринку. Це стосується як тих фірм, що ввійшли до вибірки під час його визначення, так і не включених до неї.

Недостатність індексу концентрації у даному дослідженні пропонується компенсувати за рахунок визначення індексів Херфіндаля-Хіршмана ( $R_{HH}$ ). Його визначають як суму квадратів часток фірм, що діють на ринку:

$$R_{HH} = \sum_{i=1}^n \delta_i^2, \quad (2)$$

де  $\delta_i$  – частка  $i$ -тої фірми на ринку;

$n$  – число фірм на ринку.

Значення  $\delta_i$  можуть бути розраховані в частках або у відсотках, тому індекс може набувати значень:

1)  $0 < R_{HH} < 1$ , якщо значення  $\delta_i$  розраховані в частках;

2)  $0 < R_{HH} < 10000$ , якщо значення  $\delta_i$  розраховані у відсотках.

Що більше значення  $R_{HH}$ , то вища концентрація продавців на ринку.

Основною перевагою цього індексу є властивість чутливо реагувати на



перерозподіл часток між фірмами, що діють на ринку.

На досліджуваному ринку більшість отриманих індексів Херфіндаля-Хіршмана ( $R_{HH}$ ) можна віднести до інтервалу значень  $1800 > R_{HH} > 1000$ , що також дозволяє визначити ринок як помірно концентрований. Однак при розрахунку  $R_{HH}$  для чотирьох фірм та у 2007 р. для трьох фірм рівень індексу є вищим від рівня 1400, що свідчить про ринкову владу та монополльне (домінуюче) становище суб'єктів господарювання на ринку (табл. 2).

Про монополльне становище на ринку також свідчать ринкові частки підприємств, які відповідно до чинного законодавства є підставою для визначення суб'єкта господарювання монополістом, зокрема для трьох учасників ринку це більше 50% ринку в сукупності, для п'яти – 70% [4].

На ринку хліба та хлібобулочних виробів з 2004 р. ринкова частка трьох виробників у середньому була на рівні 62,2%, а чотирьох учасників ринку – 71,6% (це свідчить про монополльну владу на ринку, оскільки згідно з законодавством до розрахунків має бути включено п'ять фірм), що сигналізує про посилення ринкової влади фірм на ринку і дає підстави з 2004 р. визначити даний тип ринкової структури як монополію (табл. 2).

Товарний ринок хліба та хлібобулочних виробів є стратегічно важливим, оскільки належить до товарів першої необхідності. У зв'язку з цим для обмеження зловживань при ціноутворенні суб'єктами підприємницької діяльності, для реалізації в роздрібній фірмовій мережі, застосовується торговельна націнка, встановлена Розпорядженням Голови Львівської обласної державної адміністрації від 11.10.05 №947, у межах 15% в містах та 18% у сільській місцевості (з урахуванням транспортних витрат).

Підсумовуючи результати дослідження ринку хлібних продуктів, можемо зробити такі висновки:

- 1) місткість зайнятого ринку перевищує виробничий потенціал діючих суб'єктів господарювання;
- 2) з 2002 р. значення СВР постійно збільшується, а у 2007 р. наблизилося до критичного рівня, тобто 30%-го бар'єра, що дозволяє зробити висновок про зменшення ефективності функціонування на ринку основних суб'єктів підприємницької діяльності;
- 3) найбільшу питому вагу у виробництві на досліджуваному ринку мають підприємства, що виробляють борошно та хліб і хлібобулочні вироби;
- 4) найбільша кількість підприємств зосереджена у виробництві хліба та хлібобулочних виробів;
- 5) розрахунки рівня концентрації на ринку хліба та хлібобулочних виробів основними виробниками дозволили визначити у 2003 р. тип ринкової структури як олігополію, яка з 2004 р. поступово трансформувалася у монополію.

Виявлені тенденції можуть використовуватися органами державного управління для задоволення інформаційно-аналітичних потреб державних структур, які ставлять перед собою цілі прямого або непрямого регулювання товарного ринку, контролю за параметрами його розвитку, а також розробку і впровадження у життя соціально-економічної політики.

З іншого боку, такі дослідження забезпечують методологічні і аналітичні потреби служб маркетингу суб'єктів підприємницької діяльності в отриманні достовірної і доступної інформації про основні ринкові процеси як на певних товарних ринках, так і їхньої сукупності, які своєю чергою дають рекомендації

менеджменту з прийняття оптимальних управлінських рішень.

І ще один напрям застосування отриманих даних – це інформування громадськості про характер розвитку товарного ринку, про ринкові процеси, що йому притаманні і в яких зацікавлене суспільство загалом або його окремі верстви.

Список використаних джерел

1. Акулич М. В. Исследование рынков в практике международного бизнеса / М. В. Акулич // Маркетинг в России и за рубежом. – 2002. – №5. – С. 94-108.
2. Глівенко С. В. Економічне прогнозування : [навчальний посібник] / С. В. Глівенко, М. О. Соколов, О. М. Теліженко. – Суми : ВТД «Університетська книга», 2004. – 207 с.
3. Іванова Л. О. Іноземні джерела інформації про товарні ринки / Л. О. Іванова // Маркетинг в Україні. – №3. – 2004. – С. 46-50.
4. Конкуренційне законодавство України : [юридичний збірник]. – К., 2002. – 296 с.
5. Котлер Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер, Г. Армстронг, Дж. Сондерс, В.Вонг ; [пер. с англ.] – К.; М.; СПб. : Изд. дом «Вильямс», 1998. – 1056 с.
6. Дані з Веб-сторінки Львівського статистичного управління. – <http://www.stat.lviv.ua>.

***Карпова Я.Ю. Маркетинговий аналіз ефективності функціонування товарного ринку хлібних продуктів во Львовской області.***

*Предложены новые подходы к оценке эффективности функционирования товарных рынков (на примере рынка хлебных продуктов во Львовской области) на основании балансового метода и расчета показателей концентрации. При анализе формирования и функционирования структуры рынка хлебных продуктов во Львовской области было взято во внимание основные критерии, определяющие тип товарного рынка, а именно: количество производителей, их рыночную долю, характер продукта, особенности контроля за ценами со стороны государства. Обоснован вывод относительно уровня конкуренции на рынке и определения барьеров входа на рынок другими субъектами предпринимательской деятельности.*

*Ключевые слова: рыночная доля, рыночные барьеры, показатели концентрации, рыночная структура.*

***Karpova Ya. Yu. Marketing Analysis of Functional Efficiency of Bread Production Market in Lviv Region.***

*New approaches to estimation of functional efficiency of commodity markets are offered on the basis of balance method and calculation of concentration indexes (on the example of bread production market in Lviv Region). While conducting the analysis of formation and functioning of bread production market structure in Lviv Region, the basic criteria, which define the type of commodity market, namely the quantity of manufacturers, their market share, the character of a product, the feature of the state control over the prices are considered. The conclusions over the level of competition at the market and the determination of the market entrance barriers for other enterprises are made.*

*Key words: market share, market barriers, indices of concentration, market structure.*

Надійшло 09.11.2009 р.