

системи розрахунку мінімально можливої витрати палива з врахуванням умов експлуатації, що дають змогу не тільки контролювати витрату палива, але й визначати теплотехнічний стан дизеля і ряд інших діагностичних показників.

Література

1. **Экономия** топлива и теплотехническая модернизация тепловозов/ Хомич А.З., Тупицын О.И., Симсон А.Э. – М.: Транспорт, 1975. – 264 с.
2. **Пушкарев И.Ф., Пахомов Э.А.** Контроль и оценка технического состояния тепловозов. – М.: Транспорт, 1985. – 160 с.
3. **Испытания** локомотивов и выбор рациональных режимов вождения поездов/ Под. ред. С.И. Осипова. – М.: Транспорт, 1975. – 272 с.
4. **Эффективность** и вспомогательные режимы тепловозных дизелей/ Хомич А.З., – М.: Транспорт, 1979. – 144 с.

УДК 338.432:637.1

Доц. С.В. Васильчак¹, канд. екон. наук –
ЛНАВМ ім. С.З. Гжицького

СЕГМЕНТАЦІЯ РИНКУ МОЛОКА ТА ПРОБЛЕМИ ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ МОЛОЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ

Розглядаються і аналізуються сегменти ринку молочних продуктів. Пропонуються напрямки вирішення проблеми підвищення якості продукту та збільшення попиту.

Ключові слова: сегментація, ринок, молокопродукти, якість, попит.

Doc. S.V. Vasylychak – LNAVМ named after S.Z. Gzhytskyj

Market segmentation of milk and problems of increase quality of milk production

The article deals with segments of milk products market. Represented of proposes the directions due to the problems of rise of product quality and the increase demand.

Keywords: segmentation, market, milk products, quality, demand.

Вступ

Велику питому вагу в структурі продовольчого ринку України займають молоко і продукти його переробки. Ринок молока і молокопродуктів є складовою структури продовольчого ринку будь-якої країни. Без його розвитку не може бути стабільною економіка держави, її продовольча безпека, високий рівень життя населення. Розв'язання комплексу проблем, пов'язаних із зміцненням продовольчої безпеки країни, передбачає дослідження характерних особливостей і тенденцій розвитку ринку продовольства, у тому числі сегментацію ринку та підвищення якості молочної продукції.

Дослідження сегментів ринку та підвищення якості молокопродукції має велике практичне значення. Який би аспект аграрної політики ми не розглядали, поняття сегментації ринку та якості продукції відіграватимуть в ньому провідне значення.

¹ **ВАСИЛЬЧАК** Світлана Василівна, канд. екон. наук, доц. кафедри економіки і організації с.-г. виробництва Львівської національної академії ветеринарної медицини ім. С.З.Гжицького. Адреса: 79038, м. Львів, вул. Медової печери 69/121. Тел. сл.: (0322)78-36-26, 78-36-39

Зазначені питання розглядаються в працях П. Саблука, Т. Дудара, В. Кудлай, Л. Євчук, В. Савицької, М. Пархомець та інших авторів. Проте не до кінця вивченими є питання сегментів ринку молочної продукції та підвищення її якості.

Метою дослідження є вивчення процесу сегментації ринку молочної продукції та вплив його на вдосконалення продукту.

Методика досліджень і результати

Виробники молока та молокопереробні підприємства на основі аналізу ринку повинні вирішити, в який спосіб запропонувати свої продукти на ринку, тобто який сегмент чи сегменти ринку вибрати для своєї пропозиції. Найбільш поширеним методом для цього є сегментація ринку.

Появляється сегментація ринку тоді, коли існує різний споживач з різними уподобаннями, фінансовими можливостями, реакціями на пропонований продукт. Пристосування до потреб споживача сприяє збільшенню продажу. Сегментація ринку молочної продукції – це процес постійний, який вимагає дослідження переваг споживачів і їх змін. Можуть появлятися нові сегменти ринку у випадках впровадження нових продуктів, сегменти ринку можуть розширюватися або звужуватися.

Підставою сегментації ринку є певні критерії, стосовно яких проводиться поділ ринку. На ринку молочної продукції найважливішими змінними є загальні риси: рівень доходів, місце проживання споживачів (село, місто), вид домогосподарства, модель харчування та інші. З огляду на критерій доходу можна виділити чотири основних сегменти ринку: споживачі з низькими доходами, працюючі, середній клас і найбагатші споживачі.

Перший сегмент ринку – то споживачі з низькими доходами. Можна припустити, що в цій групі знаходиться близько 30-35 % населення. Це – безробітні (зареєстровані і незареєстровані), пенсіонери, інваліди, студенти, значна частина сільського населення, яка веде підсобне господарство. Ця група споживачів купує молочні товари основні і дешеві. Дуже рідко купуються товари дорожчі і марочні. Основним чинником рішення про закупівлю товару є ціна. Ця група не є особливо привабливою для молочного підкомплексу, але нею також не належить легковажити.

Другий сегмент – найбільший – приблизно близько 45-50 % споживачів. Його утворюють як фізичні, так і розумові працівники разом з сім'ями. Саме ця група є основною і цільовою для більшості молокопереробних підприємств. Проте ця група дуже відрізняється за рівнем доходів і вимог, в основному купує продукти середньої якості, реагує однак і на ціни.

Третій сегмент, який у нас називають як "середній клас", охоплює 10-15 % споживачів. Він включає працівників (спеціалістів) різних галузей та дрібних бізнесменів. Споживачі з цього сектора переважно ставлять високі вимоги до продуктів молочного ринку, проте споживацька свідомість їх низька і, переважно культура споживання мало відрізняється від традиційної. Хоча більше зорієнтовані на марку продукту, очікують високої якості і урізноманітнення продукту, менше вразливі на ціни. Ця група споживачів охоче купує імпортовані продукти. Стосовно охоплення цієї групи існує велика кон-

куренція, тому потрібно прикладати максимум зусиль, зокрема маркетингових дій для завоювання чи існування на цьому ринку.

Четвертий сегмент – це середовище вітчизняного (офіційного і неофіційного) бізнесу, високопоставлені службовці та їх сім'ї. Становить близько 3-5 % споживачів. Для виробників і торговельників важливо, що цей сегмент ринку буде розширюватися. Для цієї групи споживачів враховується якість, смак, марка, а ціна не є істотною. Саме в цій групі вітчизняні виробники потрапляють на найбільшу конкуренцію зі сторони іноземних фірм. Саме для цього сегменту ринку можуть бути запропоновані продукти молочної галантереї. Цей сегмент є дуже привабливим і рентабельним, але наразі малим за розмірами.

При сегментації споживачів важливим є оцінка їх з огляду на вік та освіту. Очевидно, що молодь і літні споживачі істотно відрізняються характером споживання. Підвищення загальноосвітнього рівня населення стало наслідком збільшення прихильників здорового способу життя, що в свою чергу спричинило зміну структури споживання.

Для того, щоб завоювати покупця на ринку, велике значення має вдосконалення продукту. Молоко як сировина, з огляду на мікробіологічні властивості, є продуктом специфічним, а з огляду на споживання, є універсальним. Тому в стратегії молочного продукту основна увага повинна бути приділена вдосконаленню якості молочних продуктів.

Якість молока і продуктів його переробки характеризується різними параметрами, одні з яких піддаються виміру, інші – ні, але в цілому характеризують властивості споживчі, смакові чи естетичні. Якість молока передусім визначає його хімічний склад і гігієнічну якість. Хімічний склад має вплив на витрати і продуктивність переробки, гігієнічна якість визначає придатність до споживання і оздоровчі гарантії (характеристики). Практично цим визначаються найвищі цінності людини – життя і здоров'я.

Слаборозвиненість вітчизняного ринку продовольства, його розбалансованість та відсутність конкуренції зменшують вимоги до молока як товару. Поряд з тим перспективи виходу на європейський і інші ринки вимагають пристосування до того рівня якості молока, який там існує. Поступлення молочних продуктів з-за кордону дало змогу вітчизняним споживачам частково оцінити відмінності вітчизняних молочних продуктів і закордонних. Останні (якщо це був офіційний імпорт) відрізнялися вищою якістю, кращим упакованням, більш тривалішими термінами зберігання. Європейські норми якості молока передбачають з 1 січня 1995 року вміст в них бактерій нижче 100 тис. на 1 см³ проти 300 тис., що існувало раніше.

У світі наступили зміни в тенденціях у перевагах споживання, зокрема з молочного жиру на білок. Закупівля молока за принципом "до нього нічого не додано і нічого не віднято" від здорових корів в наш час недостатня. Якість молока і його хімічний склад треба формувати під час виробництва молока завдяки відповідній породі, способі годівлі, фізіологічного стану тварин, гігієні тварин і доїння.

Зміна орієнтації на молочний білок вимагає і нових підходів щодо оцінки хімічного складу молока. Традиційно саме на підставі вмісту жиру оцінювали якість молока і встановлювати відповідну ціну. Настав час саме такі оцінки вводити в Україні, що вимагатиме відповідного інструментарію на пунктах збору молока, а також заміни традиційного збирання молока возами на збір з допомогою автоцистерн.

Важливим напрямком покращення якості молока є зменшення кількості постачальників молока. Малі господарства і малі обсяги виробництва не можуть забезпечити виробництво молока та первинну його переробку на відповідному якісному рівні.

Використовувані при збиранні молока в європейських країнах автоцистерни обладнані відповідними вимірювальними приладами, що дає змогу виробникам молока на місці оцінити його на предмет кількості, температури, кислотності тощо. Очевидно, що такі автоцистерни доцільно використовувати і в Україні. Можливий і часто використовуваний спосіб в Європі, коли оцінку якості молока здійснюють у незалежних від молокопереробних підприємств лабораторіях, можна запропонувати і в нас. Значного вдосконалення вимагають існуючі норми якості молока і стандарти.

На сучасному етапі важливим і раціональним було б вдосконалення існуючої системи оцінки молока. В іншому випадку без покращення гігієнічного стану молока на всіх етапах його переробки досягнути європейської якості буде нереально. Одним з основних чинників покращення якості молока повинна бути відповідна система плати за молоко різної якості, оскільки тільки тоді появиться відповідна мотивація до покращення якості молочних продуктів.

Відзначимо, що в Європі для закупівлі приймається тільки молоко класу "екстра", молоко I і II сорту не є предметом закупівлі. На якість молока впливають сенсоричні властивості (смак, запах, вигляд), а також хімічні властивості. Беззаперечний вплив на якість молочних продуктів має саме молоко як сировина, зокрема його хімічний склад і якість. Як відзначає К. Бабуховський, хімічний склад визначає ефективність виробництва молочних продуктів, а гігієна є похідною організації доїння, закупівлі, транспорту і збуту [8, с. 17]. Сировиною для переробки є цільне молоко, до якого нічого не додано і нічого не віднято, отримане в здорових і гігієнічних умовах.

Якість молока щораз набуває більшого значення для споживачів, які прагнуть безпечної їжі для власного здоров'я і здоров'я своєї сім'ї. Важливим елементом якості молока і молочних продуктів є тривалість їх зберігання, тобто період, за який молочний продукт повністю придатний до споживання. Тривалість зберігання важлива як з погляду здорового споживання, так і економічного погляду.

З метою отримання молочних продуктів високої якості і довгої тривалості збереження важливим є використання для їх виробництва молока, яке містить визначену кількість бактерій без хвороботвірних організмів, з низьким (допустимим) вмістом соматичних клітин і без вмісту отруйних і шкідливих субстанцій.

Важливою проблемою для споживачів є значна фальсифікація молочної продукції. В основі фальсифікації асортиментної та за якістю лежать заміна молочних продуктів дешевшими і менш якісними того ж найменування (фальсифікація за якістю) чи іншого найменування (асортиментна фальсифікація). Особливо кількість фальсифікованої продукції збільшилася з початком випуску багатьма виготовлювачами, в тому числі й великими підприємствами, так званого "комбінованого масла" [3, с. 81].

Покращення якості молока і його продуктів є процесом неперервним і нескінченим. Можна відзначити два основних етапи його проведення:

1. Зменшення чисельності бактерій принаймні до 300 тис. в 1 л молока. У наших умовах це реально, оскільки потребує дотримання основних і елементарних вимог гігієни.
2. Зменшення чисельності бактерій принаймні до 100 тис. в 1 л молока. Значно складніший етап, оскільки вимагає уникнення в мікробіологічне середовище і хімічний склад молока, впровадження нових інструментальних методів аналізу і оцінки. Це потребуватиме передусім зменшення чисельності постачальників молока і, відповідно, зменшення проб.

Споживач на ринку шукає здорових і безпечних продуктів харчування, виготовлених відповідно до обов'язкових встановлених норм. Якість, таким чином, виступає як одна з найважливіших властивостей молочних продуктів на ринку.

Упаковка є важливим складовим елементом продукту і одночасно важливим елементом промоції. Значення упаковки на споживчому ринку значно зросло. Виконуючи сукупність функцій упаковка немов би продовжує технологічний процес. Найважливіші вимоги до первинної та додаткової упаковки повинні відповідати таким критеріям: збереження цінності; пристосованість до перевезень і складування; витонченість форми; доступність використання; збільшення споживчої вартості товару; підвищення дієвості реклами [5, с. 38].

Відповідна упаковка зберігає молочний продукт від негативного впливу зовнішніх чинників, забезпечуючи його споживчу і корисну цінність, привертає увагу потенціального покупця, а також схиляє до його закупівлі. Споживачі звертають все більшу увагу на те, що під час процесу стерилізації втрачаються найцінніші складники – вітаміни В12 і С, лізин, а залишається у виробках в 4 рази більше шкідливих субстанцій. Саме тому на упаковках все частіше з'являються написи про те, що продукти не вміщують жодних консервантів і є натуральними.

Висновки

Стратегія переробних молочних підприємств мусить бути скерована на інвестування для покращення якості продукції, урізноманітнення асортименту і покращення упаковки. Важливим напрямком діяльності є систематична модернізація вироблюваних молочних продуктів і пропозиція для торгівлі все нових продуктів. Очевидно, що цей процес мусить проходити в таких напрямках:

- гарантія збереження високої якості молочних продуктів;
- урізноманітнення і систематичне збагачення ринкової пропозиції;
- продовження тривалості продуктів без вживання шкідливих консервантів;
- зростання виробництва глибокопереробних продуктів із високими оздоровчими і поживними властивостями;
- поширення асортименту так званої молочної галантереї.

Все це сприятиме збільшенню попиту на молокопродукти, а їх виробникам завойовувати споживачів всіх сегментів ринку.

Література

1. Дудар Т.Г., Голомша Н.Є. Перспективи розвитку регіонального ринку молока і молокопродуктів// Економіка АПК. – 2002, № 9. – С. 126-131.
2. Євчук Л.А. Проблеми ринку молокопродуктів// Економіка АПК. – 2002, № 12. – С. 100-103.
3. Ільчук М.М. Проблеми забезпечення зростання рівня споживання масла вершкового населенням України. – 2003, № 2. – С. 80-88.
4. Кудлай В.Г. Розвиток ринку молока і молочних продуктів в Україні// Економіка АПК. – 2003, № 9. – С. 97-102.
5. Липчук В.В., Дудяк Р.П., Бугіль С.Я. Маркетинг: основи теорії і практики, Навч. пос. – Львів: "Новий світ – 2000"; "Магнолія плюс", 2003. – 288 с.
6. Саблук П.Т., Карич Д.Я., Коваленко Ю.С. Основи організації сільськогосподарського ринку. – К.: ІАЕ УААН, 2003. – 188 с.
7. Савицька В.П. Актуальні проблеми розвитку ринку молока і молочних продуктів// Економіка АПК. – 2002, № 11. – С. 102-106.
8. Babuchowski K. Jakość mleka i produktów mleczarskich. IERiGŻ, Warszawa, 1993. – S. 17.

УДК 634.0.61

Ст. викл. О.Г. Гнатів – УкрДЛТУ

РОЛЬ ЕКОЛОГІЧНИХ ФОНДІВ У СТАЛОМУ РОЗВИТКУ УКРАЇНИ

Розглядається роль екологічних фондів у сталому розвитку України, відповідно – їх зв'язок з державним бюджетом України. Наводяться основні джерела надходжень до фондів та напрямки їх використання.

Senior teacher O.G. Gnativ – USUFWT

The role of ecological funds in permanent development of the Ukraine

The role of ecological funds in permanent development of Ukraine is considered, accordingly their connection with the state budget of Ukraine. The basic sources of receipts in the funds and directions of their use are pointed.

Бюджет є основним централізованим фондом грошових запасів держави. Кошти держави знеособлені і забезпечують його функції. Однак у держави можуть бути певні видатки, які мають особливе значення і тому повинні мати відповідне гарантоване фінансове забезпечення, що і є причиною формування фондів цільового призначення.

Державні цільові фонди – один з методів перерозподілу національного доходу держави. За своєю економічною сутністю вони відображають грошові відносини з розподілу і перерозподілу вартості суспільного продукту та частини національного багатства пов'язаних з формуванням та використанням державних коштів для фінансування суспільних потреб з визначених джерел, які мають цільові призначення.