Бочко Олена Юріївна,
к.е.н., доц.
НУ «Львівська політехніка»
https://orcid.org/0000-0003-3422-4654

ЗАГАЛЬНІ АСПЕКТИ МЕТОДОЛОГІЇ ДЕКОНСТРУКЦІЇ РЕГІОНАЛЬНИХ РИНКІВ МОЛОЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ

JEL Classification: J13
SECTION "ECONOMICS": Економіка.

Анотація. В статті розкрито поняття «деконструкція», досліджено процес деконструкції регіонального ринку молочної продукції, під яким розуміють оптимальне співвідношення між внутрішніми та зовнішніми частками в регіональному балансі молока та молочних продуктів. Автором сформовано принципи деконструкції регіональних ринків молочної продукції: цілеспрямованості, легітимності, врахування особливостей ринку регіону, взаємовигідності інтересів, зворотного зв'язку, вирівнювання реалізації молочної продукції, декоструктивізму, єдності, прозорості, трансформаційної креативності, інноваційності.

Ключові слова: деконструкція, регіональні ринки, баланс, молочна продукція, виробництво, споживання.

Annotation. The article reveals the notion of "deconstruction", which is characterized by a detailed research of the market, its parceling into shares, choice of the most efficient constituents of the market and formation of a new market of products, but of the old principal components.

It is confirmed that the main goal of the research of the dairy market is to secure complete satisfaction of the region with a definite product, that is possible under conditions of balanced demand and supply, which is secured by deconstruction of the market.

The work studies the process of deconstruction of a regional market of dairy products, which is considered as a best possible correlation between internal and external shares in the regional balance of milk and dairy products.

The author of the article outlines principles of deconstruction of regional markets of dairy products, in particular consistency of aim, legitimacy, consideration of peculiarities of a regional market, mutually beneficial interests, feedback, levelling of dairy products sale, deconstructivism, integrity, transparency, transformation creativity, innovative approach.

The research argues the stimuli for deconstruction of the current regional market, including destructurization of production sphere in a definite region; development of regional economy with consideration of available market resource potential of the territory; development of competitive environment; general economic development of the region; increase of purchasing capacity of population.

Generally, the author of the article confirms that policy of deconstruction of a regional market of dairy products should be focused on achievement of a best possible correlation between internal and external shares in the regional balance of milk and dairy products. Evidently, the domestic share should dominate in most regions of Ukraine.

Key words: deconstruction, regional markets, balance, dairy products, production, consumption.

Вступ

Деконструкція може бути визначена як розбирання конструкцій з метою повторного використання компонентів. Першочергове значення має пряме повторне використання матеріалів у нових або існуючих структурах. Повторне використання дозволяє матеріали зберігати свою поточну економічну цінність.

Загалом деконструкція веде до твердження майбутнього події, народження чогось нового. При цьому нове не виникає з нічого, його матеріалом і формою виступає старе. Деконструкція руйнує звичні цінності, дестабілізує та змінює традиційні цінності, виявляє теоретичні поняття та напрямки, які вже існують, проте в прихованому вигляді. Говорячи про деконструкцію відмітимо, що їй притаманна незавершеність, відкритість побудови та асиметричність нового винаходу чи модернізованого старого товару. При цьому під асимет-

ричністю нового винаходу доцільно розуміти застосування нових, художніх ідей для модернізації, перебудови зруйнованого товару, проте з певними старими елементами.

Отже, під деконструкцією розуміють аналітичне розчленування поняття. Деконструктивізм полягає в позбавленні від схожості і звичної монотонності. Можливо, саме цього не вистачає сучасній людині.

Аналіз останніх досліджень і публікацій свідчить про те, що проблемним питання деконструктивізму присвячено численні публікації вітчизняних та зарубіжних авторів. Це питання розглядали у своїх наукових працях, зокрема С. Норріс "Деконструкція: теорія і практика", Дж. Каллер "Деконструкція: теорія і критицизм після структуралізму", О. Гурко "Деконструкція: тексти та інтерпретації» та багато інших. Беззаперечно, вказані науковці зробили вагомий внесок у розвиток цього напряму.

Втім, доводиться констатувати, що незважаючи на велику кількість робіт, що вивчають узагальнені питання декострукції, проблеми деконструкції регіональних ринків є малодослідженим.

Тому *метою статті* є розглянути проблему деконструкції регіональних ринків молочної продукції.

Результати дослідження.

Первісне вживання слова "деконструкція" було запропоновано Ж. Дерридою, що є походженням від латинського [8]. Якщо звернутися до витоків поняття «деконструкція», то воно походить від латинського struere, destruere і construere (упорядковувати, складати), де «de» означає «зверху вниз -> назад», «con» акцентує план, задум, мистецтво, і тому de-struere означає не тільки «руйнувати», «знищувати», але перш за все-впорядковано зносити і розчищати. Якщо брати до уваги загалом слово «constructio» то в перекладі з англійської означає «споруда», «осмислення». Загалом «деконструювати» означає розбирати, перекладати і впорядковувати.

Зазначимо, що деконструкція деконструктивізм або деконструктивізм – це філософський підхід і сукупність концепцій, створених Жаком Деррідою приблизно в 1960 році. Ідеї Ж. Дерріди позначилися на розвитку деконструктивізму США, де сформувалася Бєльська школа, основними представниками якої є П. де Ман, Дж. Гартман, Дж.Г. Міллер, Б. Джонсон, Г. Блум). Дж. Гартман Дж.Г. Міллер Б. Джонсон.

Ґрунтовне вивчення поняття деконструкції є основою концепцій роботи Мартіна Хайдеггера, що означав процес вивчення категорій та концепцій, які традиція наклала на слово та історію, що стоїть за ними [4; С. 21-23.].

Послідовником теорії деконструкції є В. В. Бичков, який характеризує деконструкцію як розшаруванням, розбиранням на окремі елементи. Це значення близьке до поняття "аналіз" – розкладання цілого на частини для виявлення того, як воно було утворене. Загалом, деконструкція базується на глибокому аналізі структури, виявленні значення кожного елемента, але цим не обмежується, а йде далі – до подальшої реконструкції чи рекомпозиції і створення оновленої структури, що базується на знанні та умисному порушенні звичного порядку [2; С.147].

Брюнінг і Чіні [5] з Університету Флориди визначають деконструкцію «як систематичне розбирання будівель з метою максимального повторного використання та утилізації відновлених матеріалів». Вони продовжують, кажучи, що деконструкція прагне зберегти максимально високу вартість матеріалів у існуючих будівлях таким чином, що дозволить повторно використовувати або ефективно переробляти матеріали (Bruening & Chini, 2004). Діана Грір описує деконструкцію як просто побудову в зворотному напрямку, екологічно чисту і часто економічно ефективну альтернативу знесенню (Greer, 2004). Використовуючи технології деконструкції, значна кількість матеріалів можуть бути збережені, повторно використані або перероблені [11; С. 36-42]. Деконструкція перетворюється на життєздатну і екологічно безпечну альтернативу традиційним способам зносу в усьому світі [1; С. 37-41]. Деконструкція пов'язана процедурою розшарування, розбирання, розкладанням структур. Мова йде не стільки про руйнування, скільки про деконструкцію заради досягнення того, як була сконструйована певна цілісність. Кожна подія деконструкції є одиничною [6].

Деконструктивна промисловість перебуває в зародковому стані, але інтерес стрімко зростає, оскільки збільшується кількість грошей та зусиль, які вкладаються в дослідження з метою вдосконалення методів та засобів для демонтажу існуючих структур [5].

Коли використовується правильна стратегія, деконструкція здатна забезпечувати економічні, соціальні та, перш за все, екологічні переваги. Дивлячись на досвід та результати поточних тенденцій розвитку галузі, продемонстровані позитивні ефекти деконструкції.

Ніл Сельдман і Марк Джексон під поняттям деконструкція в комерційному секторі розуміють ретельне дослідження ринку, розбирання його на частинки, вибір найбільш ефектних складових ринку та з них формування новітнього ринку продукції з використанням старих елементів [7; С.34-38], тобто збереження старих структурних елементів для побудови нового.

Виходячи із філософської точки зору деконструювати означає балансувати між наявними частинними продуктами, які залишилися із старого, формуючи при цьому нове. В межах ринку є різні баланси: баланси успіху товару, що характеризуються періодом перебування його на ринку; баланси споживання товарів, які характеризуються необхідністю рівня споживання товарів, харчування та отримання організмом різних поживних речовин. При цьому основою балансу є старий товар, який можна доповнити новим.

Деконструктивізм як філософський підхід завжди залишиться долею інтелектуальних марок, незважаючи на застосування його в невеликих дозах практично повсюдно. Оцінити і зрозуміти його може досвідчений споживач, який здатний виносити в своєму образі цю концепцію.

Отже, виходячи із проведених досліджень вітчизняної та зарубіжної літератури можемо стверджувати, що деконструкція – це процес розбирання на частини та конструювання із можливих отриманих формування нового, фундаментального, незвичного. Відмітимо, що деконструкція не обмежується тільки методичними процедурами, але прокладає шлях, рухається вперед і зазнає нових, результативних змін використовуючи нові прийоми, й умовності заради майбутніх досягнень, не задовольняючись теоретичною упевненістю в простій опозиції результат – констатація. Деконструкція веде до впровадження майбутнього події, народження чогось нового на основі старих складових. При цьому заради отримання нового необхідно зруйнувати традиційний статус товару, концептуальні та інституційного структури і лише таким чином можна знову винайти новий товар, отримати результат тощо.

Основні ознаки деконструкції полягають в наступному:

- вона єдина та неповторна;
- унікальна, яка формується на основні старих складових;
- вона не належить до певного суб’єкта чи об’єкта.

Порушуючи звичні очікування, дестабілізуючи, змінюючи статус звичайних цінностей, деконструкція існує в неформальному незвичному вигляді.

Якщо термін «деструкція» асоціюється з руйнуванням, то деконструкцію регіонального ринку молочної продукції пов’язуємо з руйнівними стереотипами, які потрібно розбити на складові частини, з метою наближення до нього по-іншому, раніше невідомому формуючи при цьому новий ринок, а ідея деконструкції товару полягає в розчленуванні його на частини та сформувати із них щось нове, з погляду споживача, з наявними смаковими якостями.

Отже, під деконструкцією на ринку молочної продукції будемо розуміти оптимальне співвідношення між внутрішніми та зовнішніми частками в регіональному балансі молока та молочних продуктів. В основні такої зміни є безособовий механізм ринкових сигналів, який є неповторним та одномоментним.

Руйнуючи і розділяючи на окремі складові, поєднуючи потім їх навмисне без звичної логіки, зі своїм баченням порядку, виробник створює нове на місці старого, з'являються непередбачувані обсяги.

Загалом прагнення продати товар виражається за допомогою спотворення абстракції вельми незвичайним чином. Наприклад, деконструкція ринку характеризується зменшенням каналів дистрибуції або інших функцій ринку, які зазвичай виконують або виробники або споживачі, виробництво молочної продукції в межах регіону.

Проведені дослідження деконструкції характеризується трьома загальними способами зміни структури ринку:

1) усунення посередників на ринку (деконструкційний підхід);

2) створення нового або модифікованого набору виробників, споживачів та посередників на ринку (будівельний підхід);

3) зміна функції, що виконуються виробниками, посередниками, споживачами (підхід функціональної модифікації).

Вважаємо, що ринкова поведінка може бути модифікована безпосередньо або, альтернативно, опосередковано шляхом зміни уявних функцій основних суб’єктів ринку (наприклад, споживачів, конкурентів та інших зацікавлених осіб).

Виходячи із проведених досліджень вважаємо, що деконструкція регіональних ринків молочної продукції характеризується дотриманням певних принципів:

1. Принцип цілеспрямованості, який побудований на формуванні цілей, пріоритетів, які досягаються забезпеченням населення регіону належного рівня якості товарів споживчого попиту.

2. Принцип легітимності, який полягає у дотриманні вимог нормативно-правового забезпечення, а також врахування останніх тенденцій розвитку регіональних ринків молочної продукції, формуванні відповідної політики, яка спрямована на переконання споживачі в тому, що, незважаючи на всі недоліки продукції, регіональні виробники є найкращими.

3. Принцип врахування особливостей ринків регіону полягає у задоволенні споживчих потреб населення в молочних товарах, які визначаються потребами, рівнем задоволеності, ступенем поінформованості про наявні товари, рівень їх якості, корисності та екологічності в межах регіону.

4. Принцип взаємовигідності інтересів, який забезпечується досягненням короткострокових та довгострокових цілей як для виробників так і для споживачів в межах регіонального ринку.

5. Принцип вирівнювання реалізації молочної продукції, в основну якого покладено рівні можливості збуту та уникнення зустрічних перевезень однотипної продукції з одного регіону в інший.

6. Принцип деконструктивізму, який характеризується розчленуванням на складові частини старого ринку та моделювання на їх основі нового ринку проте із певними частинами колишнього.

7. Принцип зворотного зв'язку характеризується наявністю отриманої інформації від споживача виробнику про його товар в межах регіонального ринку, що забезпечується формуванням системи моніторингу досягнення її цілей шляхом створення інформаційних баз даних. Отримана таким чином інформація дасть змогу корегувати регіональну політику на будь-якому етапі її реалізації з максимальним урахуванням інтересів всіх суб'єктів регіонального ринку.

8. Принцип єдності характеризується наявністю єдиного простору формування однакових умов розвитку для забезпечення економічного росту регіонального ринку, який повинен розвиватися в структурі загальної ринкової економіки.

9. Принцип прозорості означає доступність інформації в межах регіонального ринку молочних товарів, тобто є можливість отримання інформаційних потоків про асортимент, виробників, споживачів, тощо.

10. Принцип трансформаційної креативності означає трансформацію деяких частин цілої структури, в результаті чого можуть бути отримані нові складові, які можна переформатувавши скласти в єдине, нове, креативне.

11. Принцип інноваційності полягає в тому, що регіональні суб'єкти ринку повинні використовувати нові методи та підходи на ринку, сприяти розробці впровадженню та реалізації нових видів товарів, орієнтуватися на нове, небачене.

Методологія дослідження деконструкції регіонального ринку молочної продукції виконує такі функції:

1) визначає способи пошуку наукових знань, які характеризують процеси та явища деконструкції регіонального ринку молочної продукції;

2) спрямовує та обирає напрям досягнення дослідницької мети;

3) забезпечує обґрунтування, уточнення та систематизацію термінів і понять, які розкривають сутність деконструкції регіонального ринку молочної продукції;

4) забезпечує отримання повноцінної та достовірної інформації щодо деконструкції регіонального ринку молочної продукції;

5) формує систему наукової інформації, що базується на отриманих фактах та використанні логіко-аналітичного інструментарію наукового пізнання.

Отже, методологією деконструкції регіонального ринку молочної продукції є сукупність дослідницьких процедур, збір та отримання первинних та вторинних даних з метою прийняття правильного та вчасного рішення щодо необхідності деконструкції регіонального ринку молочної продукції.

Методологія дослідження деконструкції регіонального ринку молочної продукції враховує принципи та динаміку розвитку ринків, залежить від регіонального економічного розвитку та базується на таких теоретичних положеннях:

- регіональний ринок молочної продукції є структурною складовою регіонального ринку та досліджується системно із врахуванням розвитку регіону, його інвестиційної привабливості;
- регіональний ринок молочної продукції функціонує під впливом чинників мікро-, макро- та мідісередовища, що є цілісною структурою ринку;
- структурними елементами регіонального ринку молочної продукції є попит, пропозиція, ціна та товар, що формують кон'юнктуру регіонального ринку та формують ринковий баланс;
- ефективність функціонування регіонального ринку залежить від концепцій маркетингу та рівня впливу маркетингових комунікацій.

Виходячи із таких теоретичних положень ми визначаємо регіональний ринок молочної продукції як складову регіональної політики, що здійснюється регіональними підприємствами з взаємоузгодженням із державними та місцевими органами влади та передбачає досягнення цілей, формування організаційно-правових аспектів, використання соціально-економічних заходів з метою задоволення потреб населення регіону у молочній продукції.

З огляду на це основною метою дослідження ринку молочної продукції є повне задоволення регіону в даному конкретному товарі, що можливе за умови збалансованого попиту та пропозиції, що досягається деконструкцією ринку. При цьому характерною особливістю регіонального ринку молочної продукції є наявність такої кількості товару та асортиментних одиниць, що вироблені в межах регіону, які б повністю задовольняли пропозицію.

Дослідження методології, методики та методів дослідження регіонального ринку молочної продукції є тісно взаємопов'язані між собою та нероздільними при вивченні досліджуваної проблематики (рис. 1).

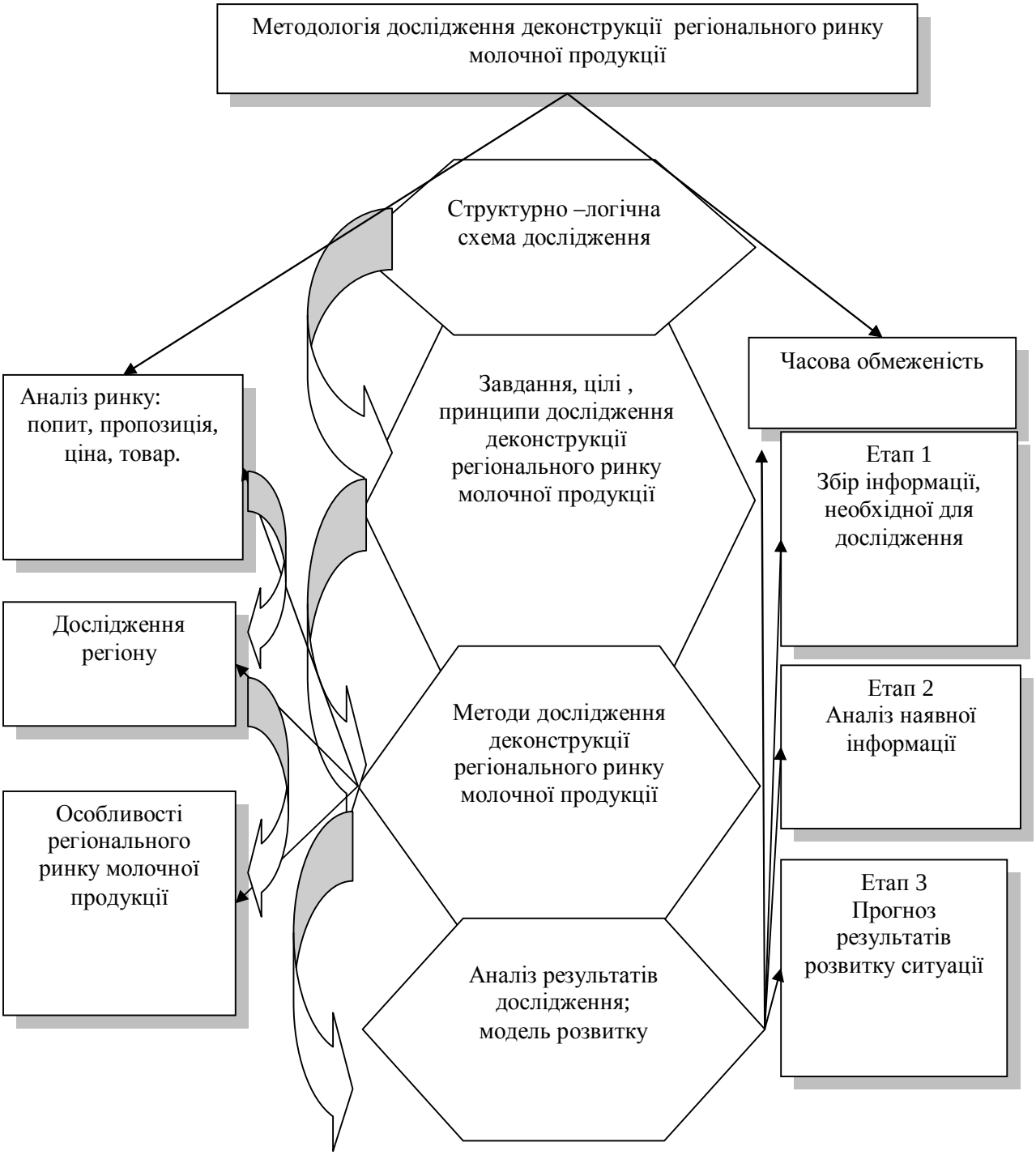


*Рис. 1. Методологія дослідження деконструкції регіонального ринку молочної продукції**

*Досліджено автором

Необхідність вчасного виявлення деконструкції регіонального ринку молочної продукції, причинно-наслідкових зв'язків змін, визначення пріоритетних напрямів, чинників впливу дає можливість правильно

сформувати уявлення щодо сучасного та майбутнього стану регіонального ринку молочної продукції, виявити баланс виробництва та споживання.

При декострукції регіонального ринку молочної продукції доцільно звернути особливу увагу на врахування наступних чинників:

- наявні можливості задоволення потреб споживачів конкретного регіону у молочній продукції;
- наявні можливості виробництва та споживання молочної продукції в межах регіону;
- потреба в оптимальному співвідношенні між внутрішніми та зовнішніми частками регіонального балансу молока та молокопродуктів;
- дотримання регіональними суб'єктами господарювання моделі бізнесу, котра ґрунтується задоволенні потреб в молочній продукції, людських цінностей та зменшенні негативного впливу на навколишнє середовище.

Отже, деконструкція на регіональному ринку молочної продукції характеризується наявними суб'єктами господарювання з врахуванням можливості реалізації неоднозначної інтерпретації товарів. При цьому можемо спостерігати відсутність центру, структура не піддається зцентрованій тоталізації у замкнену цілість.

Доцільно відмітити, що процес деконструкції регіонального ринку неможливий без наявності індивідуального підходу до споживача.

На нашу думку, стимулом для деконструкції сучасного регіонального ринку є:

1) деструктуризація виробничої сфери в конкретному регіоні;
2) розвиток регіональної економіки з урахуванням наявного ринкового ресурсного потенціалу території;
3) розвитку конкурентоспроможного середовища;
4) загальний економічний розвиток регіону (одна з ефективних заходів – заборона на монополію);
5) підвищення купівельної спроможності у населення (для можливості купувати пропоновану виробниками продукцію).

Виходячи із проведених досліджень регіонального ринку молочної продукції доцільно відмітити, що виробники повинні концентруватися не на зростанні обсягів збуту, а на підвищенні корисності товарів, зменшення рівня транспортомісткості продукції та врахування рівня екологічності.

Загалом, можна стверджувати, що нова конструкція ринку молочних продуктів не спроможна в достатній мірі використати ефект регіоналізації. Іншими словами, завжди є альтернатива інвестувати в будь-якому регіоні у виробництво, переробку з метою усунення регіонального дефіциту замість покриття цього дефіциту за рахунок надлишкових ресурсів інших регіонів. Водночас, такої переорієнтації на регіон не можна досягти неринковими методами, бо тоді зникають мотиви бізнесу. Тому необхідні інші не жорсткі, а м'які методи впливу на поведінку суб'єктів господарювання, передусім ті, що складають актуальність маркетингу 3.0.

Отже, концепція деконструкції регіонального ринку молокопродуктів передбачає гармонізацію цілей бізнесу з цілями середовища, що означає досягнення цілей бізнесу з одночасним зниженням негативного впливу на регіональні громади та регіональне середовище. Мова йде передусім, про зниження транспортомісткості молокопродуктів а це означає скорочення відстаней перевезення сировини та переробку продуктів. Очевидно, що за таких умов не може не враховуватися економічна доцільність.

Висновки

Вважаємо, що політика деконструкції регіонального ринку молокопродуктів має бути спрямована на досягнення оптимального співвідношення між внутрішніми та зовнішніми частками в регіональному балансі молока та молокопродуктів. Очевидно, що внутрішня частка має бути домінуючою для більшості областей України. Однак, досягти такого оптимального рівня співвідношення лише адміністративними методами не вдасться. Тому так важливо в основу методів ринкового впливу покласти арсенал методів і механізмів маркетингу 3.0. Стратегія деконструкції регіонального ринку молокопродуктів має стати частиною стратегії розвитку регіону. Це означає регіональну підтримку суб'єктів господарювання з метою підвищення їх конкурентоздатності. Водночас, і суб'єкти господарювання мають усвідомлено відноситися до сприйняття моделі бізнесу, котра ґрунтується на людських цінностях, зокрема, щодо знищення негативного впливу на навколишнє середовище.

Перспективним напрямком подальших досліджень є визначення конкретних методів дослідження та формування механізму деконструкції регіональних ринків молочної продукції

Список використаних джерел

1. *Абакуменко О. В. Кон'юнктура фінансового ринку: підходи до визначення дефініції. Інвестиції: практика та досвід. 2013. № 21. С. 37-41. URL: http://www.investplan.com.ua/pdf/21_2013/10.pdf (дата звернення: 24.11.2017).*

2. *Лексикон нонкласики. Художественно-эстетическая культура XX века / Под ред. В. В. Бычкова. Москва : "Российская политическая энциклопедия" (Росспэн), 2003. 607 с.*

3. Нікішкін В. В. Инновационная концепция маркетинга как ответ на вызовы современного мира. Практичний маркетинг. 2011. №12(178). URL: https://www.marketologi.ru/publikatsii/stati/innovatsionnaja-kontseptsija-marketinga-kak-otvet-na-vyzovy-sovremennogo-mira. (дата обращения: 29.01.2017).

4. Хайдеггер М., Маккаррі Д.; Робінсон Е. Буття та час. Оксфорд: Блеквелл. 2006. С. 21-23.

5. Bruening, S., Chini, A. Deconstruction and Materials Reuse, An International Overview. Final Report of Task Group 39 on Deconstruction, CIB Publication, University of Florida, USA. 2004.

6. Deconstruction and criticism / By Bloom M.etal. NY, 1979.

7. Deconstruction shifts from philosophy to business BioCycle; Emmaus; Jul 2000; Neil Seldman and Mark Jackson; Vol. 41, No. 7, pp. 34-38; C.34-38.

8. Derrida J. Différance D. Letter to a Japanese Friend. Wood and Robert Bernasconi. Warwick: Parousia Press, 1985.

9. Global Dairy Trade: is the globally connected marketplace for dairy. URL: https://www.globaldairytrade.info (Last accessed: 24.12.2017).

10. Global food security index 2013 An annual measure of the state of global food security. URL: http://foodsecurityindex.eiu.com/Home/DownloadResource?fileName=EIU%20Global%20Food%20Security%20Index%20–%202013%20Findings%20%26%20Methodology.pdf (Last accessed: 27.01.2018).

11. Greer D. Building the Deconstruction Industry. Biocycle, November 2004, 36-42.