

рами. Найбільш професійний маркетинг в Польщі мають міжнародні підприємства, банки, торговельні сітки, підприємства автомобільної промисловості, готельні мережі.

У фірмах, які функціонують багато років і якими керують менеджери, призвичаєні до способів управління в минулій епосі, розвиток ринкової орієнтації є невеликим, звідси багато з них перебуває у стані глибокого кризису.

1. Altkorn J. *Uwarunkowania rozwoju marketingu w Polsce*, AE. — Kraków, 1998.
2. *Marketing*, pod red. J. Altkorn, Instytut Marketingu. — Kraków, 2000.
3. Kotler P. *Marketing, analiza, planowanie, wdrażanie i kontrola*, Gebethner & Ska. — Warszawa, 1994.
4. Lambin J. *Strategiczne zarządzanie marketingowe*. Wyd. Naukowe PWN. — Warszawa, 2001.
5. Niestrój R., *Zarządzanie marketingiem. Aspekty strategiczne*, Wyd. Naukowe, PWN, 1998.
6. K. Przybylska. *Determinanty zagranicznych inwestycji bezpośrednich w teorii ekonomicznej* AE. — Kraków, 2001.
7. Sala J., Smoleń T. *Determinanty rozwoju i organizacji służb marketingowych w polskich przedsiębiorstwach*, AE. — Kraków, 1999.
8. Sala J., Smoleń T. *Organizacja marketingu w przedsiębiorstwach*, AE. — Kraków, 1999.

УДК: 338.135

З.М. Самойленко

Львівська комерційна академія

МАРКЕТИНГ ПРОДУКТІВ ХАРЧУВАННЯ РАДІОПРОТЕКТОРНОЇ ДІЇ: МАКРО- І МІКРОРІВЕНЬ

© Самойленко З.М., 2003

Проаналізовано та розроблено напрями товарної політики продуктів харчування радіопротекторної дії, розглянуто можливість застосування концепції маркетингу на різних ієрархічних рівнях у розрізі джерел надходження радіонуклідів до організму людини та способів їх виведення, запропоновано використання методів маркетингу як ефективного засобу активізації продажу радіозахисного харчування.

Radioprotective food products' product policy directions were elaborated, possibility of marketing concept application was considered at different hierarchy levels as for sources of radionuclide entrance into the human body and ways of their assimilation, marketing methods' usage as an effective measure of radioprotective food products' sales activation was suggested.

Радіація існувала ще до появи людини. Більше того, за окремими теоріями радіація сприяла формуванню гомосап'єнса. Оскільки жоден з органів чуття людини (зір, слух, нюх, дотик, смак) не реагує на радіацію, то і не дивно, що людство не звертало на неї уваги. Після найбільшої в світі техногенної катастрофи, аварії на ЧАЕС, термін "радіація" набув зовсім іншого розуміння і звучання. Радіація стала поняттям, яке дискутується не лише в фізичних, технічних або біологічних наукових лабораторіях але й в побуті десятків мільйонів людей багатьох країн світу. Вона стала глобальною соціальною проблемою людства. Крім чорнобильського, вивчаються й інші джерела опромінення, розробляються способи асиміляції радіонуклідів із організму людини.

Незважаючи на актуальність, достатньої уваги науковців і практиків сфери маркетингу цій проблемі не приділялось. У науковій літературі, присвяченій боротьбі зі шкідливим впливом радіації, в основному, розглядалися питання оцінки економічних наслідків аварії

(збитки від підвищеного рівня екологічно обумовленої інвалідності, смерності, загальної захворюваності) та їх впливу на недовиробництво ВВП, зниження ефективності функціонування секторів економіки у зв'язку з вилученням із господарського обороту природних ресурсів та засобів виробництва, удосконаленню науково-методичних підходів до визначення локальних збитків тощо. Проте, в жодній з робіт не досліджувались проблеми маркетингу продуктів харчування радіопротекторної дії (ПХРПД), продуктів, основною функцією яких є очищення організму людини від радіонуклідів та захист від імовірного їх подальшого надходження. У зв'язку з цим дане дослідження є актуальним і може мати продовження з огляду на найновіші досягнення медицини, в частині гігієни харчування, лікування та профілактики захворювань людей спричинених впливом радіації, розвитку технології виробництва продуктів харчування та інтенсивного оновлення асортименту ПХРПД. Зауважимо, що впродовж останніх 17 років “проблему Чорнобиля” намагалися вирішувати спеціалісти багатьох галузей наукових знань, проте маркетингової сторони проблеми ніхто так і не торкнувся. Зрозуміло, що засобами маркетингу неможливо вирішити глобальну проблему ліквідації багатосторонніх наслідків аварії на ЧАЕС, проте існує реальна можливість спростування однієї зі складових цієї проблеми, а саме: оздоровлення населення за допомогою таких лікувально-профілактичних продуктів харчування, як ПХРПД.

Щоб повніше охарактеризувати проблему, виявити складові та запропонувати відповідні засоби її подолання нами використано системний підхід і на рисунку показано як джерела загрози радіаційного опромінення людини, так і способи виведення радіонуклідів із її організму.

Радіоактивне опромінення з природного середовища (ультрафіолетові промені Сонця, відкритого Космосу, радіоактивний розпад мінералів, земна поверхня) не має відчутного негативного впливу на людину. Ця доза радіації знаходиться в межах норми і організм будь-якої живої істоти на неї навіть не реагує. Однак під час життєдіяльності на людину впливають і інші джерела низькоактивного радіоактивного опромінення, якими вона нехтує. Серед них — дим цигарок, деякі будівельні матеріали, предмети домашнього вжитку та особливо продукти харчування.

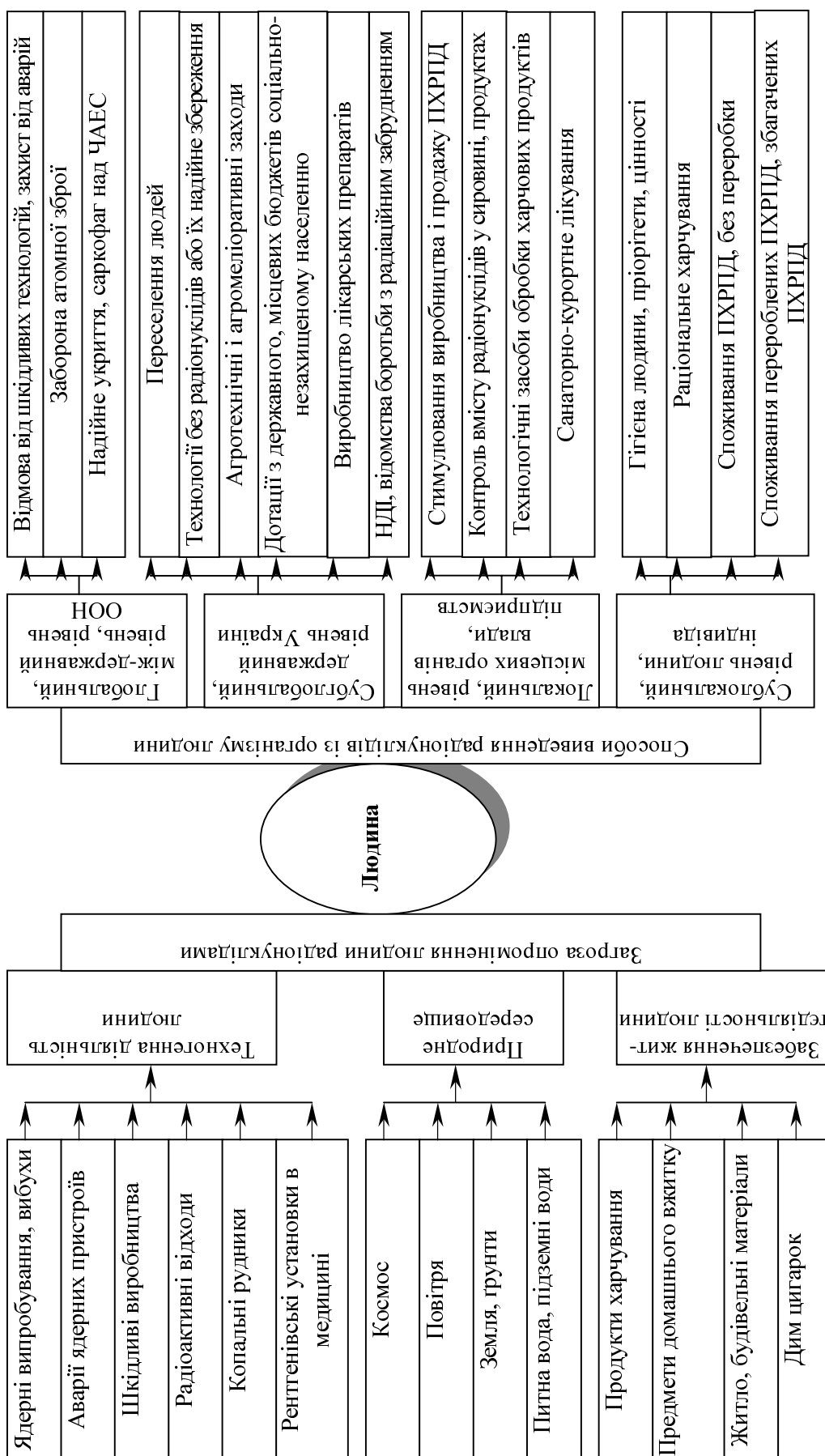
Підкреслимо, що спричинене аварією на ЧАЕС радіоактивне забруднення призвело не лише до зовнішнього опромінення людини, а й до проникнення радіонуклідів у сільськогосподарські культури, молочні, м'ясні, рибні харчові продукти, які зумовлюють її внутрішнє опромінення [4]. З продуктами харчування людина, імовірно, поглинає велику кількість радіонуклідів, особливо якщо ці продукти харчування виготовлені із забрудненої сировини чи придбані на стихійних ринках.

Радіоактивні речовини, потрапивши в повітря, ґрунти, ріки, озера, моря, океани, поглинаються листям і корінням рослин, молюсками, рибами, тваринами, а з продуктами рослинного і тваринного походження, з водою — в організм людини.

Негативний вплив радіації людина відчуває також внаслідок техногенної діяльності. Багато професій пов'язано з опроміненням на робочих місцях, це — біологи, стоматологи, фармацевти, фізики, лікарі-рентгенологи, радіологи, військовослужбовці, персонал атомних електростанцій, виробники телевізорів, шахтарі, оператори за екранами дисплеїв.

Особливу небезпеку як джерела опромінення представляють ядерні вибухи та аварії на ядерних реакторах. У разі ядерних вибухів утворюється понад 2000 різноманітних ізотопів, що є безпосередніми продуктами ділення ядер важких металів (уран, плутоній), а також продуктів їх розпаду. Частина з них розпадається в перші хвилини, години, дні, а такі як стронцій-90, цезій-137 мають період напіврозпаду до кількох десятків років.

Доведено, що лише деякий час після катастрофи на ЧАЕС, і то завдяки внутрішнім резервам, люди менше відчували вплив радіації. Однак ці резерви вичерпалися і подальше виснаження організму може призвести до порушення більшості життєдіяльних функцій, різноманітних патологій, передчасного старіння, сприяння всмоктування та гальмування виведення радіонуклідів із організму людини.



Джерела нахождення радіонуклідів та способи їх асиміляції з організму людини

Отже, досягнувши проблему радіаційного забруднення, людство повинно знайти і застосувати адекватні заходи її вирішення. Звичайно, це багатопланова проблема і ми не будемо торкатися її фізичної, біологічної, медичної, технічної сторін. Кожна з перелічених галузей наук покликана запропонувати вирішення цієї проблеми, зважаючи на свої завдання. Ми ж зосередимо свою увагу на соціально-економічних заходах розповсюдження так званих продуктів харчування радіопротекторної дії (ПХРПД).

За післяаварійний період вченими України запропоновано науково обґрунтовані рецептури функціональних продуктів харчування. У ці рецептури включаються специфічні та неспецифічні сорбенти (харчові волокна — пектини, висівки, клітковина), калій та кальцій як антагоністи цезію-137 та стронцію-90 (сухе знежирене молоко, порошки овочів і фруктів, природні комплекси вітамінів, зародки пшениці, полісолодові екстракти, фруктово-ягідні пасти, концентрати соків, різноманітні фітопрепарати), джерела мікроелементів, що впливають на кровотворення (харчовий альбумін чи кров з боєн, печінка) [3]. Асортимент цих продуктів значний: різні види хліба (з висівками, з плющеним зерном, з обдирного борошна), печива, сухі сніданки, мармелад, цукерки, ковбасні вироби, м'ясні та м'ясорослинні консерви, сухі суміші для десертних напоїв, м'ясні та десертні пасти [6]. Важливим є те, що всі без винятку, ПХРПД здатні:

- запобігти накопиченню радіонуклідів в організмі людини;
- зміцнити імунну систему і тим самим сприяти опірності організму людини шкідливому впливу радіації;
- виконувати лікувальні функції щодо патологій окремих органів людини, спровокованих радіацією;
- нормалізувати психічний стан людини, надаючи радіозахисному харчуванню особливого статусу — засобу єдино можливого варіанту боротьби зі згубним впливом радіації.

Багато продуктів харчування, що мають радіозахисні властивості, споживалися людьми ще до виникнення радіаційної проблеми, інші ж з'явилися і пропонуються населенню, щоб якоюсь мірою вирішити цю проблему. Проте, незважаючи на очевидний профілактичний та лікувальний ефект такі продукти належного місця в раціоні харчування населення не знайшли. Перешкоджають цьому причини різної спрямованості:

- відсутність загальнодержавної концепції виробництва, продажу та споживання ПХРПД різними, особливо соціально незахищеними прошарками населення;
- низький рівень інформованості населення про наявний асортимент ПХРПД, їх профілактичні та лікувальні здатності. Ні виробники, ні продавці в необхідних обсягах цю важливу функцію не виконують;
- недовіра якоїсь частки населення до здатності ПХРПД виводити радіонукліди;
- низька активність потенційних покупців та споживачів на ринку ПХРПД із-за дефіциту сімейного бюджету, коли спрацьовує чинник бюджетного стримування;
- несприйняття смакових якостей окремих ПХРПД значною кількістю населення, оскільки ці продукти не були традиційними у харчуванні, не належали до української кухні.

Застосування системного, маркетингового підходу до вирішення проблеми радіаційної загрози та проблеми поширення, активізації споживання ПХРПД зокрема, може бути покладено в основу маркетингової діяльності на декількох ієрархічних рівнях та в різних аспектах. Наприклад, на національному, державному рівні варто здійснювати маркетинг "Ідеї успішної боротьби з радіацією" шляхом активізації продажу та споживання населенням вже відомих продуктів у натуральному вигляді та виготовлення нових, а не

тільки традиційними фармацевтичними засобами амбулаторно чи стаціонарно. Успішний маркетинг цієї ідеї сприятиме ефективнішому прощтовхуванню ПХРПД. Для соціально незахищеної частини населення купівля і споживання ПХРПД, здебільшого, виявляється нереальним, саме тому варто розглянути питання про можливість дотації цим прошаркам населення. Споживання ними ПХРПД у профілактичних та лікувальних цілях дозволить зменшити сукупні витрати, пов'язані із застосуванням дорожчого та фінансованого державою стаціонарного медикаментозного лікування.

Що стосується реалізації “Ідеї ефективної боротьби з радіацією” на локальному рівні, то місцеві органи влади повинні стимулювати виробничі та торговельні підприємства виготовляти та продавати ПХРПД, сприяти санаторно-курортному оздоровленню населення тощо. На цьому рівні можна встановити дійовий радіаційний контроль за якістю сільськогосподарської продукції, зниженням вмісту радіонуклідів в продуктах харчування, які споживає населення екологічно небезпечних регіонів та які дозволяють запобігти зростанню дози внутрішнього опромінення.

Продовжуючи аналіз заходів маркетингу на макрорівні, можна здійснювати пошуки у напрямі зниження забрудненості продуктів контамінантами шляхом використання новітніх технологій із переробки екологічно небезпечної сировини, а також застосовувати агро-технічні та агро меліоративні заходи на сільськогосподарських землях з метою зменшення транслокації радіонуклідів з ґрунту в рослини [1]. Проте, будь-які перелічені заходи, а також зусилля виробників у цьому напрямі не отримали б бажаного результату, якби не здійснювалась колективна (дитячі садки, школи, санаторії, профілакторії) та індивідуальна профілактика населення шляхом вживання сорбентів широкого спектру і направленої дії.

Розглянувши шляхи надходження та способи асиміляції радіонуклідів із організму людини можна дійти висновку, що ПХРПД є найбільш прийнятним і дієвим методом ефективної боротьби з радіаційним опроміненням людини не лише на території України, а і в інших країнах, що постраждали від іонізуючого опромінення чи передбачають загрозу згубного впливу радіації. На підставі цього висновку можна сформулювати такі пропозиції:

– Інституту радіології рекомендувати включити до тематики наукових досліджень вивчення та аналіз вітамінного та елементного складу продуктів харчування і їх лікувально-профілактичних властивостей;

— управлінню радіаційного захисту населення і медичних проблем аварії на ЧАЕС Міністерства охорони здоров'я України рекомендувати розроблення обов'язкового асортиментного переліку харчових продуктів з радіопротекторними властивостями у декількох варіантах, залежно від рівня радіаційного забруднення даної території та стану здоров'я населення, яке проживає на цій території;

— управлінню організації торгівлі та харчування Української спілки споживчих товариств та науково дослідним структурам цієї організації обґрунтувати розміщення товарів за асортиментними переліками, розробленими Міністерством охорони здоров'я по конкретних типах роздрібних торгових підприємств;

— відділам соціального забезпечення населення на місцях акумулювати кошти і розробити порядок їх розподілу серед соціально незахищених верств населення для придбання ПХРПД (безплатно, зі знижкою тощо);

— науково-дослідним закладам (державної та відомчої приналежності) запропонувати тематику досліджень, за результатами яких можна було б виконати комплекс заходів з маркетингу “Ідеї успішної боротьби з радіацією” і маркетингу ПХРПД;

— центральним органам державної влади та владним структурам на місцях розробити заходи, спрямовані на стимулювання розширення асортименту та збільшення обсягів випуску ПХРПД (пільгове оподаткування, звільнення від деяких видів податків тощо);

— органам санепідстанції посилити контроль та унеможливити продаж населенню радіоактивно забруднених продуктів харчування чи їх використання у виробництві;

— державним засобам масової інформації (ЗМІ) рекомендувати посилити роботу з підвищення інформованості населення про лікувально-профілактичні властивості ПХРПД, вивести його зі стану недовіри до прихильності споживання цих продуктів, проводити роз'яснювальну роботу, спрямовану на відхід від традиціоналістського підходу організації харчування в частині включення до раціону ПХРПД;

— зацікавленим міністерствам і відомствам розробити низку заходів із пропаганди (паблік рілейшнз) ПХРПД через усі доступні ЗМІ (телебачення, радіо, газети, журнали, тощо).

1. Авсеенко В. *Методы и средства выведения радионуклидов из продуктов питания и организма человека.* — К., 1991. 2. Скибінський С.В. *Маркетинг.* — Ч. 1. — Львів: Місіонер, 2000. — 640 с. 3. Тужилкин В.И., Кочеткова А.А. *Экологически безопасные технологии производства пектинопродуктов // Пищевая промышленность.* — 2000. — № 12. — С. 32 — 33. 4. Антонюк А.Е. *Жителям радиационно загрязненных районов западного Полесья УССР.* — Сарны, 1990. 5. Котлер Ф. *Основы маркетинга: Перев. с англ. общ. ред и вступ ст. Е.М. Пеньковой.* — М.: Прогресс, 1990. — 736 с. 6. Порохняк-Гановська Л. *Промислове виробництво продуктів харчування радіозахисної дії.* — К., 1995. — 9 с.

УДК 656.13:338

Ю.І. Стадницький

Національний університет “Львівська політехніка”

ТРАНСПОРТНА СКЛАДОВА ЛОГІСТИКИ ПРОДУКЦІЇ

© Стадницький Ю.І., 2003

Розглянуті питання, пов'язані з аналізом витрат на транспортування продукції, проблемами вибору оптимального виду транспорту залежно від відстані перевезення, а також специфічними аспектами споживчої орієнтації виробників, що не знаходять адекватного відображення в показнику прямих транспортних витрат.

The questions connected to the analysis of expenses for transportation of production, by problems of a choice of an optimum type of transport depending on distance of transportation, and also specific aspects of consumer orientation of manufacturers which do not find adequate display in a parameter of direct transport expenses are considered in article.

З розвитком людського суспільства та удосконаленням транспортних засобів витрати на подолання відстані постійно знижуються: від 114 кг зернового еквівалента при перенесенні вантажів на собі на нижчих стадіях розвитку цивілізації до 0,16 кг — при перевезенні морським транспортом у наші дні. Ця тенденція характерна і для найновіших видів транспорту. Якщо раніше у США економічно вигідним вважалося перевезення повітрям вантажів ціною не менше 9 — 10 дол. за 1 кг, то новими важкими літаками