

УДК 338.439

ДОСЛІДЖЕННЯ ОСОБЛИВОСТЕЙ ФОРМУВАННЯ ПОПИТУ НА ПРОДОВОЛЬЧОМУ РИНКУ УКРАЇНИ

ЛЮДМИЛА ШКВАРЧУК,
доцент, Національний університет «Львівська політехніка»

Анотація. Здійснено дослідження попиту населення на продукти харчування, виявлено переваги споживачів щодо певних груп продовольчих товарів, їх реакції на зміну цін і доходів, обґрунтовано закономірності зміни підходів до оцінки достатності споживання та якості споживання. Зроблено прогноз майбутніх змін у споживанні основних видів продовольчих товарів.

Аннотация. Осуществлено исследование спроса населения на продукты питания, обнаружены преимущества потребителей относительно определенных групп продовольственных товаров, их реакции на смену цен и доходов, обоснованы закономерности изменения подходов к оценке достаточности потребления и качества потребления. Осуществлен прогноз будущих изменений в потреблении основных видов продовольственных товаров.

Annotation. Research of demand of population on the products of feed is carried out, found out advantages of users in relation to the certain groups of food stuffs, their reaction, on changing of prices and profits, conformities to law of change of going are grounded near the estimation of sufficientness of consumption and quality of consumption. The prognosis of future changes is carried out in the consumption of basic types of food stuffs.

Постановка проблеми

Прибуткова діяльність суб'єктів господарювання ґрунтується на всебічному аналізі стану та кон'юнктури ринку, на якому функціонує суб'єкт. Від того, на скільки грамотно та глибоко проведений аналіз, залежить не лише ефективність поточної діяльності суб'єкта ринку, але й стратегічний його розвиток. Всі рішення виробничого, фінансового, інвестиційного та соціального характеру приймаються залежно від стану ринку та прогнозу щодо його змін в коротко-строковому та довгостроковому періодах. Все це обумовлює актуальність досліджень стану ринків, характеристик споживачів і продавців на ньому та обґрунтування поведінки кожного з них. Первинним етапом такого аналізу є дослідження попиту, який передбачає всебічне вивчення смаків споживача, диференціацію структури потреб споживачів, виявлення незадоволених потреб, аналіз переваг тих чи тих товарів.

Дослідженням попиту на продовольчі товари завжди приділялась велика увага науковцями та практиками. Не втрачають своєї актуаль-

ності такі дослідження й нині, адже виступають найбільш ефективним інструментом для отримання зворотного зв'язку з ринком. Будь-який ринок – це динамічна система, яка постійно змінює свої межі, параметри та характеристики. Тому кожне нове дослідження дає інформацію про останні зміни характеристик ринку, дозволяє виявити нові закономірності та причини таких змін. Наскільки продавці можуть задовольнити вимоги споживачів щодо якості, кількості та асортименту продукції, настільки ефективно буде працювати ринок.

Мета дослідження

Процес прийняття рішення про купівлю продуктів харчування проходить ряд типових процесів, першим з яких є усвідомлення потреби. Потреба – це здатність суб'єкта вимагати певних умов свого існування. Л. Фейєрбах зазначав, що «без потреб нема людини» [7]. Потреба в продуктах харчування виділяється більшістю вітчизняних і зарубіжних вчених як пріоритетна в ієрархії потреб, тому рішення про купівлю продовольчих товарів можна віднести до невмотивованих рішень людини.

Таким чином, проблема споживчої поведінки на продовольчому ринку зводиться до аналізу особливостей вибору того чи іншого товару. Наші дослідження спрямовано на аналіз переваг споживачів у межах основних груп продовольчих товарів, не вдаючись до опису їх споживчих характеристик.

Тенденції продовольчого споживання

Стан задоволення потреб споживачів у продуктах харчування можна описати категорією «достатність споживання». Під достатністю продовольчого споживання $K_{достатн}$ розуміємо відношення фактичного рівня споживання основних продуктів харчування на одну особу до науково обґрунтованих (медично рекомендованих) норм здорового харчування:

$$K_{достатн} = \frac{\text{факт. споживання}}{\text{мед. рекомендовані* норми}} \times 100\%$$

Норми харчування для окремих країн і різних регіонів країни неоднакові через різницю їхніх природних, географічних та економічних умов. Національні норми спожив-

Таблиця 1

Динаміка достатності продовольчого споживання населенням України у 2004-2008 рр.

	Норма споживання	2004		2005		2006		2007		2008	
		Факт. спож.	К _{достатн}	Факт. спож.	К _{достатн}	Факт. спож.	К _{достатн}	Факт. спож.	К _{достатн}	Факт. спож.	К _{достатн}
М'ясо і м'ясопродукти у перерахунку на м'ясо, кг	85	38,5	46	39,1	46	42,0	49	45,7	54	50,6	59
Молокопродукти у перерахунку на молоко	477	226	47	225,6	47	234,7	49	224,6	47	213,8	45
Яйця, шт.	365	220	60	238	65	251	69	252	69	260	71
Риба і рибопродукти	14,2	12,3	87	14,4	101	14,1	99	15,3	108	17,5	123
Цукор	36,5	38	104	38	104	39,5	110	40	110	40,9	112
Олія рослинна і маргарин	10,6	13,0	123	13,5	127	13,6	128	14,3	135	15,0	142
Картопля	82	141	172	136	166	134	163	130,4	159	131,8	161
Овочі та баштанні продовольчі культури	164	115,4	70	120,2	73	126,7	77	118,4	72	129,2	79
Хлібопродукти у перерахунку на борошно	109	125,6	116	123,5	114	119,5	110	115,5	106	115,9	106

Джерело: Розраховано автором за даними Держкомстату [2].

вання, розроблені та затвержені Міністерством охорони здоров'я України у 1999 р., ґрунтуються на тому, що в середньому на душу населення необхідно 3000 Ккал на добу [4]. Інформацію про норми споживання, фактичні обсяги споживання основних видів продовольчих товарів населенням України та розраховані коефіцієнти достатності споживання подано у табл. 1.

Дані табл. 1 свідчать, що за деякими видами продуктів фактичне споживання значно відстає від медично рекомендованих норм ($K_{достатн} < 100\%$), за іншими – перевищує ці норми ($K_{достатн} > 100\%$). Так, споживання м'яса становить 59% від рекомендованих норм, молокопродуктів – 45%, яєць – 71%. Очевидно, що за даними видами продуктів харчування попит значно перевищує пропозицію. Споживання олії, картоплі, цукру та хлібопродуктів – перевищує рекомендовані норми.

Варто зазначити, що така структура споживання основних продуктів харчування населенням України склалася давно. Зокрема, споживання м'ясних, молочних продуктів та яєць у 1975 р. становили 71-73% до рекомендованих норм, а риби – 92%, споживання картоплі

перевищувала науково обґрунтовані норми на 34%, а хлібопродуктів – на 18% [8]. Таким чином, переважання в раціоні споживання коренеплодів і зернових характеризує культуру споживання продовольчих товарів в Україні.

Для прогнозу темпів зростання обсягів споживання основних продуктів харчування доцільно скористатися офіційними даними щодо роз-

витку продовольчого ринку в Україні. Відповідно до Державної цільової програми розвитку українського села на період до 2015 р. ні у споживанні м'яса і м'ясопродуктів, ні молока і яєць нормативних значень досягнуто не буде до 2015 р. Прогнозовані дані щодо обсягів виробництва вказаних груп продовольчих товарів представлено на рис. 1.

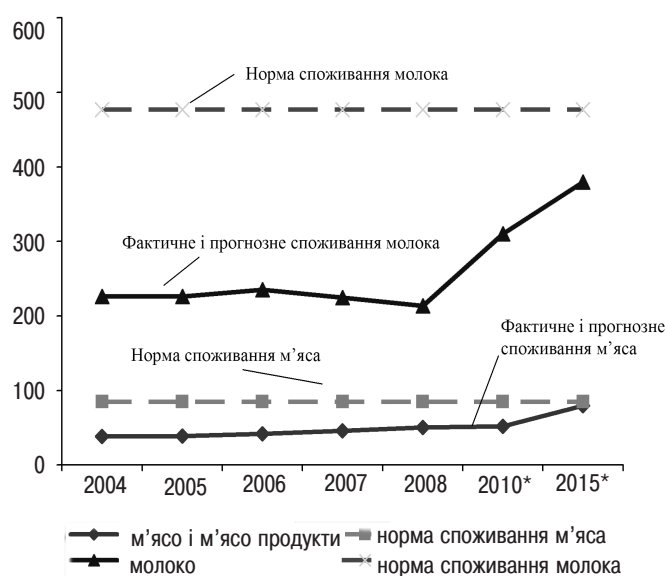


Рис. 1. Динаміка зміни обсягу споживання м'яса, м'ясопродуктів і молока у 2004–2015 рр. *Заплановано Державною цільовою програмою розвитку українського села на період до 2015 р. [6].

Таблиця 2

Індекси цін та обсяги фактичного споживання деяких груп продовольчих товарів населенням України у 2002-2007 рр.

	М'ясо і м'ясопродукти		Цукор		Олія		Хлібопродукти		Риба і рибопродукти	
	Іц*	Сп**	Іц	Сп	Іц	Сп	Іц	Сп	Іц	Сп
2002	89,9	3,3	109,3	3,1	89,9	2	98,8	10,7	102,3	1,4
2003	108,4	3,9	98	3,2	107,6	2	131,7	10,3	107,4	1,4
2004	135,9	4	111,7	3,6	136,3	1,9	99,2	10,4	124,8	1,6
2005	118,4	4,4	121,7	3,6	102	1,9	102,2	10,3	119,4	1,8
2006	98	4,7	98,3	3,2	91,3	1,7	113,7	9,8	102,3	1,9
2007	113,9	5,1	101,2	3,2	143,9	1,7	119,5	9,6	109,3	1,9

*Іц – індекс споживчих цін;

**Сп – фактичний обсяг споживання, кг.

Джерело: Систематизовано автором за даними Держкомстату [2, 3].

Це означає, що ринок цих видів продуктів харчування буде залишатися ненасиченим, конкуренція між виробниками може бути тільки щодо якості товарів. Отже, можна припустити, що в майбутньому відбуватиметься зростання обсягу попиту на дані товари як в результаті розвитку потреб, так й в результаті збільшення кількості міського населення.

Попит залежить від рівня розвитку виробництва, грошових доходів населення, рівня й співвідношення роздрібних цін на різні товари. Зазначені фактори, а також покращення харчування, підвищений попит та високоякісні білкові продукти, овочі та фрукти належить до економічних факторів, що визначають попит.

Для оцінки рівня попиту на основні продукти харчування було проведено кореляційно-регресійний аналіз обсягу споживання продовольчих товарів від зміни ціни на них. Вихідні дані для здійснення аналізу представлено у табл. 2.

Розрахунки були проведені у горизонтальному та вертикальному напрямках. Вертикальний аналіз дозволив одержати рівняння попиту на конкретний вид продукту харчування. Горизонтальний аналіз був проведений з метою визначення загальної характеристики попиту на продукти харчування за роками.

Здійснений аналіз дозволив отримати функціональну залежність прямих попиту на п'ять груп продо-

вольчих товарів.

Коефіцієнт a рівняння прямої показує точку перетину лінії з віссю ординат. Чим більшим є коефіцієнт a , тим вище від початку координат знаходиться ця точка. З економічної точки зору величина коефіцієнта a засвідчує верхню межу ціни, за якої населення повністю відмовиться від споживання даного товару.

Наведені у табл. 3 дані показують, що коефіцієнт a найбільшим є для хлібопродуктів (11,9). Це означає, що споживачі готові платити найвищу ціну за даний товар (відмовляться від споживання його в останню чергу).

Отже, хлібопродукти посідають перше місце в ранжованому ряді пріоритетності продуктів харчування. Друге місце належить м'ясу, третє – олії. Найшвидше споживачі відмовляться від споживання рибопродуктів і цукру. Межа цінового сприйняття для цих товарів відповідно становить 1,39 та 1,41. Оскільки в якості вихідних даних для розрахунку залежності була використана не величина ціни на відповідний товар, а індекс її зміни, то одержані величини коефіцієнта a визначають граничне значення зміни ціни, яке є неприйнятним для споживача.

Коефіцієнт b показує темп зміни факторної ознаки. За законами аналітичної геометрії, b – кутовий коефіцієнт прямої попиту. Чим більшим буде даний коефіцієнт, тим стрімкішою є пряма, тим більший її

нахил до осі абсцис. Інтерпретуючи ці властивості для ліній попиту, матимемо таке: коефіцієнт b є коефіцієнтом еластичності попиту за ціною; чим більшим є b , тим більш еластичним виявляється попит, тим більш чутливою буде зміна споживання даного товару у разі зміни ціни на нього.

Відповідно до отриманих даних найбільш еластичним є попит на цукор, менша еластичність попиту за ціною характерна для хліба, далі йдуть м'ясопродукти, олія та риба. Проте всі здобуті значення коефіцієнта b є досить незначними, близькими до нуля. Попит на товар, еластичність якого прямує до нуля, називається нееластичним – зміна ціни викликає незначну зміну обсягу споживання.

Таким чином, відповідно до отриманих значень коефіцієнта еластичності, можна стверджувати, що попит на продукти харчування буде нееластичним. Такий наш висновок збігається з прийнятим в економічній теорії підходом, згідно з яким вихідною концепцією теорії

Таблиця 3

Характеристики лінії попиту на деякі види груп продовольчих товарів

Показники	a	b
М'ясо і м'ясопродукти	3,18	-0,0095
Хлібопродукти	11,9	-0,015
Олія	2,07	-0,002
Цукор	1,41	0,018
Риба і рибопродукти	1,39	0,0025

Джерело: Розраховано автором.

еластичності є нееластичність попиту на товари першої необхідності, зокрема продукти харчування. На цю властивість вказував ще А. Маршалл [5]. Таку властивість попиту спричиняє ефект заміщення, який для продовольчих товарів виявиться незначним. Це вказує, з одного боку, що у разі зниження цін на продукти харчування споживач не здатен замінити ними інші товари, ціни на які, ймовірно, не знизилися. Нездатність людини замінити інші товари продуктами харчування підтверджуються об'єктивними біологічними потребами. З іншого боку, нееластичність попиту на продовольчу продукцію пояснюється її спадною граничною корисністю.

Досить несподіваними з точки зору теорії споживання виявилися результати одержаних значень коефіцієнтів еластичності попиту на м'ясо, олію та рибу і рибопродукти. Згідно з розрахунками – це товари, споживання яких найменше реагує на зміну ціни. Це означає, що в умовах зростання цін кількість спожитих продуктів буде зменшуватися повільнішими темпами, ніж індекс цін.

Виявлені закономірності дещо суперечать усталеним уявленням про структуру споживання населення, коли вважається, що м'ясо і риба – це скоріш товари розкоші, високо еластичного попиту. Отже, можна вважати, що обсяги фактичного споживання цих товарів настільки менші від фізіологічних потреб, що навіть у разі зростання цін на дані товари населення не може відмовитись від їх споживання, оскільки це означатиме неможливість отримання достатньої для життєдіяльності кількості калорій.

Проведений кореляційно-регресійний аналіз дозволяє зробити висновок і щодо уподобань споживачів до товарів відповідної продовольчої групи. Від'ємні значення кутового коефіцієнта b вказують на від'ємний нахил лінії попиту та відповідають теорії попиту, згідно з якою зростання ціни товару супро-

воджується зниженням обсягу його споживання.

Від'ємними є значення кутового коефіцієнта для м'ясопродуктів, хлібопродуктів та олії. Для цукру та рибопродуктів коефіцієнт b характеризується позитивним значенням. Це означає, що зростання ціни на даний товар не лише не спричиняє зниження обсягу його споживання, а навпаки, веде до зростання споживання. Вперше випадок із кривою попиту, похило спрямованою вгору, був описаний А. Маршаллом. Згодом цю ідею розвинув Р. Джіффен, а товар, попит на який має таку характеристику, дістав назву «товар Джіффена». Сам вчений виявив цей парадокс на прикладі голоду в Ірландії у 1845-1849 рр. Тоді картопля була основним продуктом харчування населення країни, і хоча через неврожай ціни на картоплю дуже зросли, а споживання її, навпаки, збільшилось.

«Товари Джіффена» – це малоцінні (другорядні товари). Вони займають, як правило, значну частку в «споживчому кошика». Зростаюча форма лінії попиту теоретично обґрунтовується через ефект доходу, тобто через зміну рівня споживання продуктів харчування, спричинену зростанням купівельної спроможності особи. У нашому випадку, віднесення цукру та рибопродуктів до малоцінних товарів («товари Джіффена») означає, що споживачі оцінюють їх як товари, для яких важко (або майже неможливо) знайти товари-замінники. Дослідження, проведені вченими, показали, що у Росії до так званих товарів Джіффена відносять майонез, кетчуп і соєвий соус, у Китаї – рис і макарони, у США – бензин [9].

Особливістю «товарів Джіффена» є те, що зростання обсягу їх споживання у разі зростання ціни на них супроводжується витісненням із «споживчого кошика» інших товарів, попит на які має спадну форму. Для пояснення такого явища використовують підхід максимізації функції корисності. Згідно з ним

споживач, приймаючи рішення про купівлю товару, в першу чергу, відповідно до ієрархії потреб, задовольняє потребу в калоріях і лише потім, якщо можливо, максимізує смак. Якщо врахувати, що обидва із визначених нами «товарів Джіффена» відносять до висококалорійних товарів, то таке ставлення до споживання є обґрунтованим.

Крім того, явище позитивного нахилу кривих попиту може бути обґрунтовано масовою психологією. За таким підходом споживання товару буде зростати у разі зростання ціни на нього, якщо в майбутньому очікується ще підвищення його ціни. Це означає, що в Україні споживачі здійснюють покупки в умовах постійного очікування зростання цін на основні продукти харчування.

Здобуті залежності дозволяють зробити загальні висновки про ставлення до споживання продуктів харчування населенням України. Проте це ставлення досить різниться в межах сімей (домогосподарств) із різним доходом. Адже фактором, який визначає рівень доступності продуктів харчування для населення країни, є величина доходів, що одержуються ним. Закономірність, що визначає цю залежність, названо законом Енгеля, на честь вченого, який ще всередині XIX ст. довів, що чим більший дохід сім'ї, тим меншу частку приросту доходу вона витрачає на харчування [1]. Чутливість зміни обсягу споживання продовольчих товарів населенням залежно від величини отримуваних доходів, визначається показником еластичності попиту за доходом. Саме цей показник лежить в основі диференціації країн на багаті та бідні.

Для розрахунку показника еластичності попиту за доходом були використані дані Держкомстату про грошові витрати домогосподарств з різним рівнем доходу на продукти харчування. Кореляційний аналіз залежності між доходами домогосподарств і витратами на продукти харчування мав такий вигляд:

2006 р. $Y = 62,36 - 0,004 X$;

$R^2 = 0,66$;

2007 р. $Y = 71,37 - 0,012 X$;

$R^2 = 0,74$.

Еластичність попиту за доходом показує, на скільки відсотків змінилося споживання у разі зміни доходу на 1%. Одержані значення засвідчують, що у 2006 р. чутливість споживання до зміни доходу становила 0,004, тобто з кожної додаткової одиниці доходу на споживання продуктів харчування витрачалося лише 0,004 грош. од. У 2007 р. цей показник зріс втричі, проте величина коефіцієнта залишалася досить низькою і становила 0,012.

Світовий досвід показує, що у найбільш розвинутих країнах на харчування витрачається не більше 20% загального доходу сім'ї. Так, наприклад, частка витрат на харчування у США становить 11–12%, і навіть бідні витрачають на харчування лише приблизно 25% своїх доходів. У Швеції цей показник відповідно становить 23% доходів, в Японії та Франції – 18–19%, Нідерландах, Німеччині, Великобританії – 14–15%, Канаді – 12%. У Японії бідною вважається сім'я, в якій частка витрат на харчування перевищує 35%.

Для визначення аналогічних показників для України слід зробити деякі додаткові розрахунки. Так, за даними Держкомстату, загальна сума доходів населення України у 2006 р. становила 472 061 млн грн, у 2007 р. – 623 289 млн грн [2]. З них на придбання товарів і послуг було витрачено 385 681 млн грн і 509 533 млн грн відповідно. У структурі цих витрат 57,5 і 55,8% займали відповідно витрати на продовольчі товари. Абсолютна сума витрат на продукти харчування становила 221 766 млн грн. у 2006 р. і 284 319 млн грн у 2007 р. Таким чином, у 2006 р. на придбання продовольчих товарів населення України в середньому витрачало 47,0% своїх сукупних доходів. У 2007 р. витрати на продо-

вольчі товари в середньому становили 45,6% сукупних доходів населення України.

Таким чином, для того, щоб частка витрат на споживання продуктів харчування у загальному доході домогосподарств в Україні зменшилась на 10% (до рівня межі бідності для Японії), необхідно, щоб доходи зросли в середньому у 5,3 рази.

Розрахований коефіцієнт детермінації R^2 дозволяє оцінити значимість зв'язку між аналізованими ознаками. Зокрема, у 2006 р. загальна варіація результативної ознаки на 66% пояснювалась варіацією факторної ознаки. У 2007 р. відповідна залежність становила 74%. Тобто витрати на продукти харчування значною мірою (на 66 і 74%) залежать від величини доходів домогосподарств. З позиції продавця така інформація може бути оцінена як спонукальний мотив до значної диференціації товарного асортименту.

Висновки.

Проведені дослідження показали, що попит на продовольчі товари в Україні задоволений не в достатній мірі як в кількісному, так і в якісному вимірі. Споживання має свою культуру, яка склалася історично. Вона передбачає переважання у денному раціоні населення коренеплодів і зернових. У той же час, відповідно до медично рекомендованих норм, найбільша частка в раціоні повинна припадати на високобілкову їжу. В останні роки обсяг споживання таких продуктів дещо зріс, проте не наблизився до раціональних норм. Це свідчить про подальше збільшення попиту на ринку даних товарних груп, який буде гальмуватися внутрішніми виробничими можливостями.

На структуру попиту на продукти харчування найбільшою мірою впливає величина доходів населення України: обсяг споживання та його структура значно різняться для населення з різним рівнем доходу. Це вказує на необхідність диференціації товарів для споживачів із

кожної групи. Додаткові витрати на таку диференціацію можуть швидко окупитися, оскільки індивідуальний підхід щодо позиціонування товарів знайде відповідну оцінку у споживачів.

Джерела

1. Блауг М. Экономическая мысль в ретроспективе / Блауг М. ; пер. с англ. – [4-е изд.] – М. : Дело ЛТД, 1994. – С. 524.

2. Доходи та витрати населення України [Електронний ресурс] : за даними Державного комітету статистики України. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.

3. Індекси споживчих цін на товари та послуги (до грудня попереднього року) [Електронний ресурс] : за даними Державного комітету статистики України. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.

4. Лебединська О. Критерії та методологічні підходи до визначення потреб міського населення в продуктах харчування / Лебединська О. // Управління сучасним містом. – 2003. – № 7-9. – С. 25.

5. Маршалл А. Принципы экономической науки / Маршалл А. Т.1. ; пер. с англ. – М. : Прогресс, 1993. – С. 174.

6. Державна цільова програма розвитку українського села на період до 2015 р.: Затверджена Постановою Кабінету Міністрів України від 19 вересня 2007 р. № 1158.

7. Самсин А.И. Основы философии экономики / Самсин А.И. : учеб. пособ. – М. : Дело, 2003. – С. 221.

8. Соловьев В.Я. Системный подход в планировании потребления основных продуктов питания / Соловьев В.Я.. – М: ЦНИИТЭИ, 1977. – С. 12.

9. R. Jensen, N. Miller. Giffen Behavior: Theory and Eviden. – London, 1976. – p. 17.