

УДК 338.439.62

О.В. Кравченко
Черкаський державний
технологічний університет

ДОСЛІДЖЕННЯ КЛЮЧОВИХ ФАКТОРІВ ЗРОСТАННЯ ПОПИТУ НА ПРОДУКЦІЮ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

У статті досліджені споживчий попит на продовольчому ринку і міра його задоволеності по основних групах товарів. Вивчений вплив зміни цін і доходів на поведінку споживачів. Визначені ключові чинники і напрями підвищення попиту на продукцію харчової промисловості.

Ключові слова: попит, споживання, еластичність попиту, ціна, доходи населення.

Однією з умов економічного та соціального розвитку України, її економічної та продовольчої безпеки є стійкий, інтенсивний і ефективний розвиток харчової промисловості, що неможливий без створення в Україні необхідних умов для становлення та стабільного функціонування ринку продовольчих товарів для забезпечення задоволення потреб населення в продуктах харчування повсякденного попиту. Проблема формування продовольчого ринку має багатогранний характер та вимагає, насамперед, дослідження попиту як одного з його основних системо утворюючих елементів. Вивчення попиту має важливе значення у дослідженні можливостей ринку і його кон'юнктури. Знання динаміки попиту, напряму та сили впливу на нього окремих факторів дає змогу підприємствам-виробникам управляти формуванням виробничої програми, що сприятиме підвищенню ефективності і прибутковості їх діяльності та подальшому економічному зростанню.

Вивченню кон'юнктури ринку харчової продукції приділяли увагу у своїх працях багато вітчизняних та іноземних науковців: К.Р. Макконнелл, С.Л. Брю [2], І.А. Мінаков [4], О.М. Супрун [6], Л. Шкварчук [8], В.М. Яценко [9] та інші. Але, незважаючи на це, і нині такого роду дослідження не втрачають своєї актуальності оскільки вони є основою для прийняття суб'єктами господарювання рішень з виробничих, інвестиційних, фінансових, та соціальних питань. Успіх підприємства залежить від компетентності в організації стратегічного планування результатів діяльності на основі прогнозного орієнтування результатів його діяльності.

Мета статті — дослідження попиту на ринку продукції харчової промисловості, визначення та вивчення ключових факторів його зростання.

Ринок продовольчих товарів, як і ринок сільськогосподарської продукції та ринок сільськогосподарської сировини, входить до структури аграрного ринку. На ринку сільськогосподарської продукції здійснюється збут продукції, яка споживається у свіжому вигляді. На ринку сільськогосподарської сировини реалізується продукція для промислової переробки. Продовольчий ринок охоплює всі економічні відносини, що пов'язані зі збутом харчової продукції, отриманої від переробки сільськогосподарської та іншої сировини. Багатогалузевий характер, велике різноманіття традиційних видів товарної продукції харчової промисловості визначають відповідну структуру продовольчого ринку.

Попит є своєрідним проявом ринкової форми потреб споживачів у певних товарах та являє собою бажання та можливість споживача купити певну кількість товару за певною ціною у певний проміжок часу.

Реалізація продукції харчової промисловості залежить від платоспроможного попиту на неї, тобто всі елементи попиту мають задіяти всі ресурси, що зростають. Отже, збільшення попиту на харчову продукцію сприятиме зростанню виробничого потенціалу галузі.

Харчова промисловість через ринок продовольчих товарів формує структуру, обсяги та асортимент сільськогосподарської продукції. Попит на продукти харчування є визначальним для попиту на продукцію галузей агропромислового комплексу. За попитом на продовольство визначається попит на сільськогосподарську сировину, а через нього і на ресурси для сільського господарства.

Для продовольчого ринку характерна безперервність попиту населення на продукти харчування. Він може знижуватися або підвищуватися, але він постійно та щоденно має місце тому, що задовольняє першочергову фізіологічну потребу людини у їжі.

Попит на продукцію харчової промисловості більш стабільний порівняно з їх пропозицією. Зміни у попиті відбуваються під впливом змін чисельності населення та покупців, їх купівельної спроможності, смаків та переваг на окремі продукти, цін на конкуруючі продукти та очікувань майбутніх цін покупцями.

Основним значущим фактором, що впливає на зміну попиту є ціна товару. Згідно закону попиту за умови незмінності інших факторів збільшення ціни на товар веде до зниження попиту на нього та навпаки зменшення ціни веде до підвищення попиту. Але не лише ціни впливають на зміну попиту, а й попит, в свою чергу, впливає на формування цін на ринку. Підвищення платоспроможного попиту покупців за всіх інших однакових обставин дає змогу продавати товар за вищими цінами [6, с.61].

Через ціну товару виробники отримують інформацію щодо ступеню потреби суспільства в їх продукції. Якщо рівень цін покриває витрати виробників та забезпечує отримання бажаного прибутку, то це є вірним орієнтиром доцільності виробництва та відповідності попиту.

З погляду оцінки кон'юнктури агропромислового ринку, важливо вивчити залежність (еластичність) попиту на сільськогосподарські продукти відносно цінових факторів. Еластичність попиту відображає кількісну реакцію споживачів на зміну цін. За ціновою еластичністю попиту товари поділяються на три групи. До першої належать товари з еластичним попитом невеликі зміни в ціні яких ведуть до значних змін обсягів продажу. До другої належать товари обсяг продажу яких змінюється пропорційно зміні цін. Третя група — товари з нееластичним попитом навіть суттєва зміна ціни яких не викликає значних змін обсягу продажу. Продукція харчової промисловості належить саме до групи з нееластичним попитом. За даними американських учених, у країнах з розвинутою ринковою економікою коефіцієнт еластичності на цю продукцію, розрахований як відношення процентної зміни обсягу реалізованої продукції до процентної зміни ціни на неї, становить не більше 0,20-0,25 [2, с.442].

Залежність попиту від ціни та доходу опосередковується ступенем задоволення потреб відповідного товару: вищий ступінь задоволення потреб визначає слабшу реакцію споживача на зменшення ціни або збільшення доходу, і навпаки [9, с.67].

Для відображення та оцінки ступеню задоволення потреб споживачів в окремих продуктах харчування застосуємо *індикатор достатності споживання* (табл. 1):

$$ІДС = \frac{СФ}{СР} \quad (1)$$

де ІДС — індикатор достатності споживання окремого продукту; СФ — фактичне споживання окремого продукту на одну особу за рік; СР — раціональна норма споживання окремого продукту на одну особу на рік, погоджена з МОЗ.

Оптимальною вважається ситуація, коли фактичне споживання продуктів харчування особою впродовж року відповідає раціональній нормі, тобто коефіцієнт співвідношення між фактичним і раціональним споживанням дорівнює одиниці [1].

Таблиця 1. Динаміка зміни структури споживання продуктів харчування населенням України на одну особу на рік, кг.*

Продукти	СР	Роки									
		2005		2006		2007		2008		2009	
		СФ	ІДС	СФ	ІДС	СФ	ІДС	СФ	ІДС	СФ	ІДС
Хліб і хлібопродукти (у перерахунку на борошно)	101	124	1,2	120	1,2	116	1,1	115	1,1	114	1,13
М'ясо і м'ясопродукти (у перерахунку на м'ясо)	80	39	0,5	42	0,5	46	0,6	51	0,6	50	0,63
Молоко і молокопродукти (у перерахунку на молоко)	380	226	0,6	235	0,6	225	0,6	214	0,6	213	0,56
Риба і рибопродукти	20	14,4	0,7	14,1	0,7	15,3	0,8	17,5	0,9	16	0,80
Яйця (шт.)	290	238	0,8	251	0,9	252	0,9	260	0,9	280	0,97
Овочі та багаторічні культури	161	120	0,7	127	0,8	118	0,7	129	0,8	135	0,84
Плоди, ягоди та виноград	90	37	0,4	35	0,4	42	0,5	44	0,5	47	0,52
Картопля	124	136	1,1	134	1,1	130	1,0	132	1,1	131	1,06
Цукор	38	38	1,0	40	1,1	40	1,1	41	1,1	39	1,03
Олія рослинна всіх видів	13	13,5	1,0	13,6	1,0	14,3	1,1	15	1,2	15	1,15

*за даними www.me.gov.ua; www.ukrstat.gov.ua

Як бачимо, за даними табл.1, щодо споживання хліба та хлібобулочних виробів, олії рослинної, картоплі та цукру норма раціонального споживання дотримується, а стосовно хліба та олії навіть перевищується (відповідно на 13 % та 15 %). Фактичне споживання яєць максимально наближене до норми. Отже, за цими продуктами, навіть за умови зростання доходів населення, попит практично не збільшиться, а, можливо, навпаки — зменшиться, з огляду на те, що споживачі надаватимуть перевагу іншим більш дорогим але більш якісним, поживним, корисним та делікатесним продуктам. Для зростання попиту на дану групу товарів виробники мають насамперед дбати про покращення якості продукції та розширення її асортименту. В умовах зростаючої конкуренції на агропромисловому ринку підвищенню попиту сприятиме й ефективна маркетингова стратегія виробників та реклама спрямовані на формування попиту та активізацію збуту.

Фактичне споживання таких продуктів харчування, як м'ясо і м'ясопродукти (на 37 %), молоко і молокопродукти (на 44 %), риба (на 20 %), овочі (на 16 %) та фрукти (на 48 %) не досягає рекомендованих раціональних норм. Це говорить про те, що за даними продуктами попит перевищує пропозицію, а значить, при зростанні грошових доходів споживачів буде зростати і попит на них.

Приймаючи рішення щодо придбання того чи іншого товару споживач орієнтується перш за все на свою потребу в товарі та на свою платоспроможність. Отже, не менш важливим фактором попиту на продукцію харчової промисловості є рівень грошових доходів споживачів (населення).

Залежність попиту на продовольство від доходів була досліджена й описана ще в ХІХ ст. німецьким ученим Енгелем. За законом Енгеля зі зростанням доходів їхня частка, що витрачається на харчування, знижується, а частка витрат на непродовольчі товари, престижні товари, предмети розкоші - росте. За часткою витрат на харчування в загальній сумі витрат можна оцінювати рівень життя населення: чим ця частка нижча, тим рівень життя вищий, і навпаки. У найбільш розвинених країнах світу на продовольчі товари витрачається не більше 20 % сукупних доходів сім'ї. Так, наприклад, у США частка доходів, що витрачаються на продукти харчування становить 11–12 %, а бідною вважається сім'я де витрати на харчування складають приблизно 25 % доходів. У Швеції цей показник становить відповідно 23 % доходів, в Японії та Франції — 18–19 %, Нідерландах, Німеччині, Великобританії — 14–15 %, Канаді — 12 % [8, с.48]. В Україні, за даними Державного комітету статистики, частка витрат на продукти харчування та безалкогольні напої, в сукупному доході домогосподарств у 2009 році становила 50 %. Як бачимо з табл. 2, протягом останніх років спостері-

гається зростання доходів населення тобто платоспроможного попиту. Середня заробітна, як і доходи населення підвищилися більше ніж у три рази порівняно із 2004 р. Частка сукупних середньомісячних витрат домогосподарств на продовольчі товари зменшилася відповідно на 7,5 %. Але така, на перший погляд, позитивна динаміка не є ознакою значного покращення ситуації, оскільки частка витрат у доходах домогосподарств на продукти харчування залишається досить великою. Це свідчить про недостатність платоспроможного попиту, є ознакою бідності та низького рівня життя населення в нашій країні. Випереджаюче рівень зростання доходів підвищення споживчих цін перешкоджає пришвидшенню темпів зростання обсягів споживання. Вирішення проблеми підвищення платоспроможного попиту має здійснюватися не лише у межах функціонування агропромислового ринку, а й на державному рівні у напрямку удосконалення політики оплати праці, доходів та зайнятості населення.

Таблиця 2. Динаміка окремих показників приросту, доходів і витрат населення в Україні*

№ п/п	Показники	2004	2005	2006	2007	2008	2009
1	Кількість постійного населення, млн. осіб	47,4	47,1	46,7	46,5	46,2	46,0
2	Середньорічний сукупний дохід населення, млн. грн.	274241	381404	472061	623289	845641	897669
3	<i>ряд.2</i> Середньорічний сукупний <i>ряд.1</i> дохід у розрахунку одну особу, грн.	5761	8064	10065	13375	18225	19472
4	Середня заробітна плата, грн	590	806	1041	1351	1806	1906
5	Середньомісячні грошові доходи домогосподарств, грн.	776	1142	1412	1791	2543	2669
6	Середньомісячні витрати домогосподарств на продукти харчування та безалкогольні напої, %	57,5	56,6	53,2	51,4	48,9	50,0
7	Індекси споживчих цін на продукти харчування, % до попереднього року	111,9	117,5	105,4	109,6	136,7	110,9

Динаміка кількості населення характеризується по-іншому. В Україні спостерігається скорочення кількості населення: за останні шість років вона зменшилася на 1,4 млн. осіб (табл. 2). Очевидно, що негативна динаміка приросту споживачів не буде означати збільшення попиту на сільськогосподарські продукти. На відміну від найбільш розвинених країн де попит на сільськогосподарські продукти після досягнення певного рівня доходу і споживання продуктів харчування та сировини кожним окремим споживачем стає величиною відносно постійною та зростає темпами, які приблизно відповідають темпам росту населення.

Висновки. В процесі дослідження ми дійшли висновку, що попит на продукцію харчової промисловості в Україні не задоволений в достатньому обсязі. До ключових факторів зростання попиту належать зниження цін на продукцію галузі та збільшення доходів населення. Відсутність платоспроможного попиту на вітчизняному продовольчому ринку, пов'язана з низьким рівнем доходів населення, є фактором, що стримує розвиток та зростання виробничого потенціалу харчової промисловості. При цьому стійкий попит на продукцію харчової промисловості дозволяє очікувати подальшого розвитку галузі. Досягненню збільшення обсягів споживання (попиту) на продукцію АПК та зростанню виробничого потенціалу галузі в умовах зростаючої конкуренції сприятимуть заходи виробників спрямовані на покращення якості та розширення асортименту продукції, а також удосконалення державної політики

заробітної плати і доходів населення, підвищення соціальних стандартів життя та стабілізація цін на продовольчому ринку.

ЛІТЕРАТУРА

1. «Деякі питання продовольчої безпеки» Постанова кабміну України від 5 грудня 2007 р. N 1379 Київ [Електронний ресурс]. — Режим доступу: zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=1379-2007-%EF
2. Макконнелл К.Р. Экономикс: принципы, проблемы и политика / К.Р. Макконнелл, С.Л. Брю: Пер. с 13-го англ. изд. // М.: ИНФРА — М, 1999. — XXXIV, 974 с.
3. Матеріали офіційного сайту Міністерства економічного розвитку і торгівлі України. Режим доступу: www.me.gov.ua
4. Минаков И.А. Экономика отраслей АПК. / И.А. Минаков, Н.И. Куликов, О.В. Соколов и др. под ред. И.А. Минакова // М.: КолосС, 2004—464 с.
5. Статистичні матеріали офіційного урядового сайту Державного комітету статистики України // www.ukrstat.gov.ua
6. Супрун О.М. Балансування попиту — пропозиції як механізм регулювання аграрного ринку / О.М. Супрун // Економіка АПК. — 2010. — № 11. — с. 59—66.
7. Україна у цифрах 2009 рік. [Електронний ресурс] / Держ. ком. статистики України; за ред. О. Г. Осауленка — Київ, 2010. — 258с. Режим доступу: www.ukrstat.gov.ua
8. Шкварчук Л. Дослідження особливостей формування попиту на продовольчому ринку України / Л. Шкварчук // Маркетинг в Україні. — 2009. № 6. — с. 44—48.
9. Яценко В.М. Аналіз стану та стратегія ефективного розвитку агропромислового комплексу України: Монографія / В.М. Яценко // Черкаси: ЧДТУ, 2003. — 352 с.

О. Кравченко

Исследование ключевых факторов увеличения спроса на продукцию пищевой промышленности

В статье исследованы потребительский спрос на продовольственном рынке и степень его удовлетворенности по основным группам товаров. Изучено влияние изменения цен и доходов на поведение потребителей. Определены ключевые факторы и направления повышения спроса на продукцию пищевой промышленности.

Ключевые слова: спрос, потребление, эластичность поповшую, цена, доходы населения.

О. Kravchenko

Study of key growth in demand for products of food industry

The consumer demand for food market and the degree of satisfaction of demand by major food group have been considered in the artikle. The effect of changes in prices and income on consumer's behavior has been studied. The key factors and activities, which contribute to the increase of demand for food processing industry have been defined.

Key words: demand, consumption, demand elasticity, prices, personal income.

e-mail: jimpp@ukr.net

Надійшла до редколегії 16.04.2012 р.