ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ГАЛУЗЕЙ ТА ВИДІВ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

І.В. ФЕДУЛОВА,
д.е.н., професор, Національний університет харчових технологій

Дослідження попиту на м'ясну продукцію в контексті забезпечення продовольчої безпеки

У статті висвітлені теоретичні та практичні аспекти дослідження пропозиції та купівельного попиту на м'ясо і м'ясопродукти за допомогою функцій попиту і обчислених за ними коефіцієнтів еластичності в розрізі децільних груп диференціації доходів і споживання населення.

Ключові слова: *функції попиту, еластичність попиту, продовольча безпека.*

И.В. ФЕДУЛОВА,
д.э.н., профессор, Национальный университет пищевых технологий

Исследование спроса на мясную продукцию в контексте обеспечения продовольственной безопасности

В статье освещены теоретические и практические аспекты исследования предложения и покупательского спроса на мясо и мясопродукты с помощью функций спроса и вычисленных по ним коэффициентов эластичности в разрезе децильных групп дифференциации доходов и потребления населения.

Ключевые слова: *функции спроса, эластичность спроса, продовольственная безопасность.*

I. FEDELOVA,
doctor of economics science, professor National University of Food Technologies

Research in demand of meat products in the context of food security

The article highlights the theoretical and practical aspects of research proposals and consumer demand of meat and meat products using demand functions and calculated elasticity in the context of group differentiation income and household consumption.

Keywords: *demand functions, elasticity of demand, food safety.*

Постановка проблеми. Забезпечення ефективного функціонування ринків продовольства та сільськогосподарської продукції є передумовою успішного забезпечення продовольчої безпеки держави. При цьому актуалізуються питання, пов'язані з комплексним розглядом конкурентного середовища діяльності підприємств і важливої його складової – дослідження попиту і пропозиції на продукти харчування з метою задоволення потреб населення в контексті забезпечення раціональних норм споживання, а також з урахуванням його купівельної спроможності. Це обумовлює необхідність обґрунтування та використання на харчових підприємствах конкретних конкурентних стратегій, які базуються в тому числі на визначенні поведінки споживача в процесі задоволення своїх потреб і їх мотивації щодо покупки. Дослідження поведінки споживача сьогодні сучасному підприємству дозволяє забезпечити отримання прибутку в довгостроковій перспективі. Все це дозволяє вирішити ряд проблем ефективного функціонування продовольчого ринку за сучасних умов.

Аналіз досліджень та публікацій з проблеми. У вивчення проблем становлення та розвитку продовольчого ринку вагомий внесок зробили багато вітчизняних вчених: Ю.І. Андрійчук, В.І. Бойко, Л. Дейнеко, П.М. Макаренко,

 © І.В. ФЕДУЛОВА, 2014

М.Й. Малік, Т.Л. Мостенська, П.Т. Саблук, О.М. Шпичак. Водночас по окремих продуктах харчування сьогодні спостерігається низький рівень обсягу та якості споживання населення країни. Так, у 2012 році споживання м'яса і м'ясопродуктів задовольняло потребу населення лише на 67,5% відповідно до раціональних норм. Унаслідок цього існує потреба вивчення факторів, що впливають на поліпшення структури та якості споживаних продуктів даної групи. Тому дослідження зазначених проблем є актуальним на сучасному етапі економічного розвитку як з теоретичного, так і практичного погляду. Практичне застосування еластичності попиту: 1) допомагає з'ясувати поведінку покупців і здійснити прогнозні розрахунки; 2) визначити стратегію підприємства; 3) максимізувати прибуток підприємств; 4) провести порівняння світової еластичності попиту від ціни з вітчизняною еластичністю.

Мета статті – висвітлення теоретичних та практичних аспектів дослідження пропозиції та купівельного попиту на м'ясо і м'ясопродукти за допомогою коефіцієнтів еластичності в розрізі децільних груп.

Виклад основного матеріалу. Попит та пропозиція реагують на різноманітні впливи. Як основні з них виступають: цінові, демографічні, соціально–економічні, географічні, кліматичні, психологічні чинники, виробничий і сировинний потенціал, національні особливості, політичні умови, насиченість ринку тощо [2]. Попит є функцією множини незалежних змінних і може бути виражений у вигляді алгебраїчного рівняння, таблиці або графіка. Зміна змінних факторів (ціни, доходу, витрат на рекламу тощо) веде до зміни незалежного фактора (попиту). Однак міра реагування попиту на зміни незалежних факторів різна. Для того щоб визначити, наскільки попит є чутливим до змін незалежних факторів, необхідно визначити коефіцієнт еластичності. Розглянемо реакцію споживачів на споживання основних продуктів споживання в залежності від двох основних чинників: ціна і дохід.

Коефіцієнт еластичності – це міра реагування залежного фактора (наприклад попиту) на зміну незалежного фактора (наприклад ціни або доходу). Він показує, на скільки відсотків зміниться попит, якщо ціна зміниться на один відсоток. У практиці найбільш широко використовуються чотири види еластичності попиту [3]:

1. Цінова еластичність попиту, яка вимірює реакцію обсягу попиту на зміну ціни.

2. Еластичність попиту за доходом, яка вимірює реакцію обсягу продажу на зміни в доходах споживачів.

3. Перехресна еластичність попиту, яка вимірює реакцію обсягу продажів одного товару на зміни в ціні на інший товар.

4. Еластичність попиту за витратами на рекламу, яка вимірює реакцію обсягу продажів на зміну витрат на рекламу на цей товар.

Найважливішою змінною є ціна на товар, і тому першою чергою досліджується вплив ціни на величину попиту. Оскільки цінова еластичність попиту визначається як процентна зміна обсягу попиту, що виникла в результаті 1% зміни ціни за умов незмінності інших факторів, загальне рівняння для визначення цінової еластичності має вигляд:

$$\text{Еластичність} = \frac{\text{Відсоткові зміни обсягу попиту}}{\text{Відсоткові зміни ціни}}.$$

Якщо попит на споживчому ринку реагує на зміну цін та дохід миттєво і характер цих змін стохастичний, виявляється як середня чи тенденція, то попит на оптовому ринку частіше реагує з відповідним лагом.

Як правило, товари повсякденного попиту (наприклад, продукти харчування) і товари виробничо–технічного призначення належать до товарів низькоеластичного попиту. Попит на споживчі товари тривалого користування (меблі, килими, комп'ютерна техніка та ін.) суттєво реагує на зміну ціни, що є характерною ознакою для товарів високоеластичного попиту.

Еластичність попиту з погляду окремого продавця або навіть країни–продавця – це проблема кількості продавців, які конкурують на даному сегменті ринку з метою завоювання на ньому більшої частки. Тому еластичність попиту необхідно брати до уваги, визначаючи цінову політику і методи ціноутворення.

Величина (абсолютна) коефіцієнта еластичності за ціною визначає ступінь чутливості обсягу попиту до змін ціни. Залежно від значень коефіцієнта еластичності (Кел) за ціною товари (послуги) поділяють таким чином [3]:

– якщо Кел > 1,0, то попит еластичний, тобто зміни в ціні на 1% приводять до змін у попиті більш ніж на 1%;

– якщо Кел < 1,0, то попит нееластичний, тобто зміни в ціні на 1% приводять до змін у попиті менше ніж на 1%;

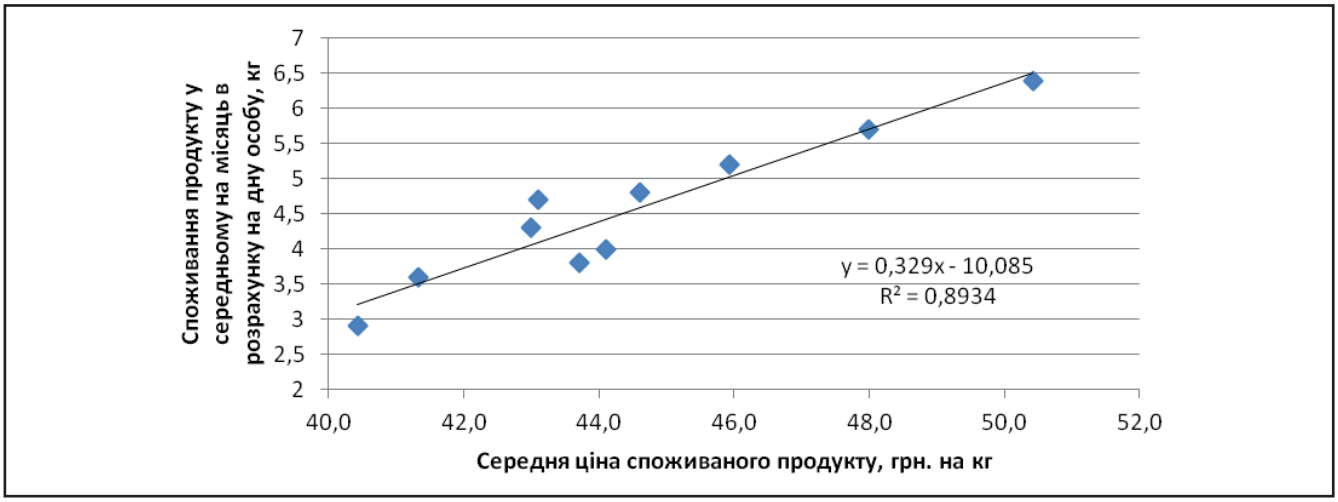

Рисунок 1. Залежність споживання м'яса і м'ясопродуктів від їх середньої ціни у 2012 році
Розраховано за [1].

– якщо Кел = 1,0, то говорять про одиничну еластичність попиту.

На рис. 1 показано залежність споживання м'яса і м'ясопродуктів у середньому на місяць і середньої ціни на споживаний продукт. Дослідження показало, що зростання середньої ціни на м'ясо і м'ясопродукти на 1 гривню викликає зростання споживання цього продукту на 0,329 кг на місяць. На перший погляд, незважаючи на значний коефіцієнт детермінації (0,8934), логіки в описуванні такого процесу споживання немає. Однак якщо знати, що споживання м'яса і м'ясопродуктів в Україні у 2012 році задовольняє лише 54% раціональної норми, можна говорити про те, що ціна не має суттєвого впливу на споживання цієї продукції.

Статистичне вивчення залежності попиту від доходу населення має тривалу історію. У 1853 році на І Міжнародному статистичному конгресі, організованому в Брюсселі за ініціативою А. Кетле і присвяченому методичним питанням організації обстеження бюджетів домогосподарств, було ухвалено рекомендації за програмою таких обстежень. Найбільш значний внесок у розвиток методів вивчення домогосподарств у XIX столітті зробили Дюкпесіо в Бельгії, Ле Пле у Франції та Енгель у Німеччині [3].

Структурні закономірності формування попиту від бюджетів сімей сформулював німецький статистик К. Енгель, опублікувавши ці результати 1857 року у праці «Виробництво та споживання в Саксонії». У цій праці К. Енгель показав, як змінюються великі групи витрат домогосподарств (на продовольство, одяг, житло, послуги тощо) зі зміною рівня доходів, тобто розкрив тісний взаємозв'язок між рівнем доходів і структурою попиту домогосподарств. К. Енгель довів, що зі збільшенням доходу сім'ї за незмінних цін частка витрат на харчування зменшується (перший закон Енгеля, який сформульовано в 1857 році); частка витрат на одяг не змінюється (другий закон Енгеля, сформульований разом із третім та четвертим 1895 року); частка витрат на житло, включаючи опалення та освітлення, залишається сталою (третій закон) (за незмінного рівня тарифів); частка витрат на освіту та лікування збільшується (четвертий закон) [3]. Ці дослідження Енгеля послужили підґрунтям для подальших економетричних розробок у сфері дослідження споживання (попиту) від доходу. Пізніше було сформульовано інші емпіричні закони споживання: закон Райта – чим вищий дохід, тим вищий рівень заощаджень і частка заощаджень у витратах; закон Джині – якщо продовольчі витрати домогосподарств зростають або спадають в арифметичній прогресії, інші види витрат змінюються в оберненому напрямі, але в геометричній прогресії та ін.

Покупці здійснюють купівлю товарів та послуг за зазначених цін і наявного доходу. Функції попиту від доходу широко застосовуються під час аналізу ринку, і відповідні цим функціям криві називаються кривими К. Енгеля.

Споживчий попит поділяється на реалізований або задоволений (обсяг реалізації) та незадоволений (кількість грошей у банках і на руках у населення).

Товари (послуги), попит на які за незмінних цін збільшується зі зростанням доходу, називаються нормальними. Нормальні товари за характеристикою споживчої корисності поділяються, своєю чергою: а) на товари першої необхідності (продовольчі товари); б) товари другої необхідності (промислові товари, послуги); в) товари престижного споживання.

Товари (послуги), попит на які зменшується зі збільшенням доходу за незмінних цін, називаються другорядними, або товарами нижчої споживчої корисності. Таке розмежування товарів не є абсолютним: один і той самий товар, який є нормальним за дуже низького рівня доходу, буде товаром нижчої цінності за достатньо високого рівня доходу.

Форми кривих К. Енгеля для різних товарів та послуг неоднакові. Для нормального товару попит збільшується водночас із доходами, і крива К. Енгеля похило йде вгору. Для другорядного товару, товару нижчої споживчої цінності, попит зі зростанням доходу зменшується, а крива К. Енгеля похило прямує вниз. Якщо товар нормальний, то зі зниженням купівельної спроможності покупців його споживається менше. Якщо товар другорядний – то зі зниженням купівельної спроможності його споживається більше [3].

Аналіз структури попиту домогосподарств у різних країнах світу дає підставу зробити висновок, що рівень і тенденції соціально-економічного розвитку країни суттєво впливають на структуру витрат (попиту) домашніх господарств. Вважається, згідно із законом К. Енгеля, що чим вища питома вага на харчування у споживчих витратах домогосподарств, тим бідніша країна.

Реакція покупців на зміну доходу вивчається за допомогою коефіцієнта еластичності попиту Y від доходу X за вже відомою формулою А. Маршала.

Залежно від значень коефіцієнта еластичності (Кел) за доходом товари (послуги) поділяють таким чином [3]:

– якщо Кел > 0, товар вважається нормальним;

– якщо Кел < 0, (від'ємний) – товар називається другорядним;

– якщо Кел > 1 – товар називається предметом розкоші;

– якщо Кел < 1 – товар першої необхідності;

– якщо Кел = 1 – товар другої необхідності.

На рис. 2 залежність споживання м'яса і м'ясопродуктів і грошових доходів домогосподарств у середньому на місяць. Дослідження показало, що зростання грошових доходів домогосподарств на 100 гривень визиває зростання споживання м'яса і м'ясопродуктів на 0,06 кг на місяць, коефіцієнт детермінації високий (0,9457). Через незадоволення попиту на продукцію даної групи і низькі доходи населення України вплив даного чинника на споживання м'яса і м'ясопродуктів незначний.

Тобто можна говорити про те, що попит пов'язаний із пред'явленою на ринку потребою, яка має бути забезпечена купівельною спроможністю, чого не відбувається по м'ясу і м'ясних продуктах. Потреба – це нужда, яка визивається відчуттям людини про нестачу, що набуває специфічної форми відповідно до суб'єктивних, психологічних особливостей індивідуума.

За даними аналітичних групувань домогосподарств можна розраховувати групові коефіцієнти еластичності на основі показників попередньої групи за доходом за формулою [4]:

$$Ел\partial = \frac{(C_{i-1} - C_i)}{C_i} / \frac{(D_{i-1} - D_i)}{D_i},$$

де C_i, C_{i-1} – середньодушове споживання продукту на одну особу кг на місяць, відповідно, i-ї та $i-1$-групи згідно з розподілом домогосподарств за рівнем середньодушових еквівалентних загальних доходів;

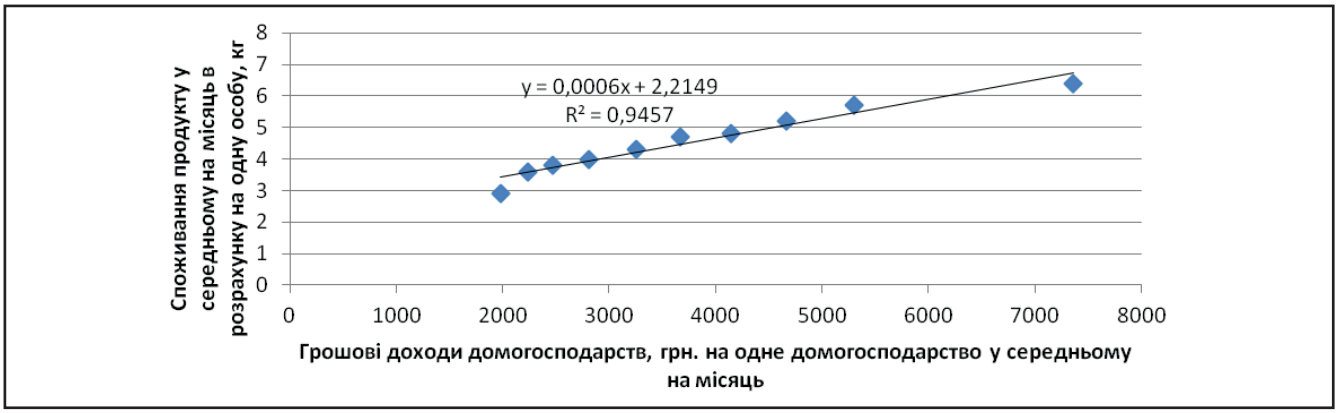

Рисунок 2. Залежність споживання м'яса і м'ясопродуктів від грошових доходів домогосподарств у 2012 році
Розраховано за [1].

D_i, D_{i-1} – грошові доходи домогосподарств із різними середньодушовими еквівалентними грошовими доходами, відповідно, *i*–ї та *i*–1–групи згідно з розподілом домогосподарств за рівнем середньодушових еквівалентних загальних доходів.

І за ціною за формулою [4]:

$$Елц = \frac{(C_{i-1} - C_i)}{C_i} / \frac{(P_{i-1} - P_i)}{P_i},$$

де P_i, P_{i-1} – ціна на продукт, відповідно, *i*–ї та *i*–1–групи згідно з розподілом домогосподарств за рівнем середньодушових еквівалентних загальних доходів.

Після цього можна визначити середній для всіх груп коефіцієнт еластичності як середню арифметичну ланцюгових (групових) коефіцієнтів еластичності.

Також ланцюгові коефіцієнти еластичності (на основі групувань) визначають для кожної групи за формулою:

$$E = \frac{y_n - Y_{n-1}}{X_n - X_{n-1}} / \frac{Y_{сер}}{X_{сер}},$$

де Y_n, Y_{n-1}, $Y_{сер}$ – споживання відповідно у *n*–й, у попередній та у середньому за всіма групами;

X_n, X_{n-1}, $X_{сер}$ – факторна ознака відповідно у *n*–й, у попередній та у середньому за всіма групами.

У табл. 1 показані результати розрахунків коефіцієнтів еластичності споживання м'яса і м'ясопродуктів за 2010–2012 роки по децільних групах домогосподарств. Суттєвих розбіжностей по коефіцієнтам еластичності, розрахованим різними формулами, немає, тому в подальшому будемо використовувати лише один ланцюговий коефіцієнт еластичності по доходу і ціні.

Коефіцієнти еластичності по доходу в цілому по всіх групах за 2010–2012 роки становили менше одиниці, що говорить про те, що м'ясо і м'ясопродукти для населення України в цілому є товаром першої необхідності і за умов невідповідності споживання раціональним нормам має гарну перспективу задоволення потреби споживача за умови зростання його конкурентоспроможності (рис. 3).

Однак по окремих децільних групах є різні проблеми задоволення попиту населення. Так, у другій децільній групі ланцюгові коефіцієнти еластичності по доходу у 2011–2012 роки становили > 1, що говорить про те, що для домогосподарств з низькими доходами цей товар є предметом розкоші. Причому в 2011 році цей коефіцієнт у другій децільній групі > 7. У 2010 році коефіцієнт еластичності у другій децільній групі близько одиниці. Крім того, у 2010 році у третій децільній групі цей коефіцієнт < 0, а отже даний продукт для цієї групи є другорядним. Найменші значення коефіцієнта еластичності по доходу спостерігалися в 2010 і 2012 роках у 7 і 10–й децільній групі, а у 2011 році – у 6 і 10–й. Це говорить про те, що у цих групах споживання м'яса і м'ясопродуктів найменше залежить від доходу. Для того щоб охарактеризувати поведінку споживачів щодо споживання м'яса і м'ясної продукції по окремих децільних групах, проаналізуємо рис. 3. Аналіз показав, що найбільш ураженими і незадоволеними є споживачі перших трьох децільних груп, а 6–7 і 10 децільні мають низьку чутливість доходу до споживання даної продукції. Десята децільна група споживає м'яса і м'ясопродуктів майже фізіологічну норму, а для 6–7 децільних груп дохід не є визначним при споживанні м'яса і м'ясної продукції.

Ланцюгові коефіцієнти еластичності по ціні в середньому по всіх домогосподарствах по Україні у 2010 і 2012 роках були > 1,0, що говорить про еластичний попит, причому в 2012 році він був >5, що є свідченням високої еластичності (рис. 4). Однак коефіцієнти еластичності позитивні, а це вказує на те, що зі зростанням цін на м'ясо і м'ясопродукти зростає і їх споживання. Оскільки логіка в такому відсутня, можна говорити, що ціна не є визначним фактором, який впливає на споживання продукції даного виду. У 2011 році середній ланцюговий коефіцієнт еластичності по всіх групах є від'ємним і по модулю вище 5, це говорить про високу цінову еластичність попиту в цьому році в цілому по всіх групах домогосподарств.

Цінова еластичність у 2012 році майже по всіх групах була > 1, або наближалась до 1, але тільки у 5–й групі мала від'ємне значення. Крім того, у 6–й децільній групі цінова еластичність попиту становила > 35, це говорить, що зростання ціни на 1% визиває зростання попиту на 35%. Із чого можна зробити висновок, що ціна в Україні поки що не є тим чинником, що визначає попит на м'ясо і м'ясну продукцію.

У 2011 році у 3, 5, 7 і 9–й децільній групах коефіцієнти еластичності по ціні були по модулю > 1 і мали від'ємне значення, це є свідченням високої залежності попиту від ціни на продукцію.

2010 рік характеризується в основному позитивною (окрім 2 і 5–ї груп) ціновою еластичність на м'ясо і м'ясопродукти. Що також говорить про те, що ціна не має впливу на попит і споживання даної продукції в цих групах.

Таблиця 1. Коефіцієнти еластичності споживання м'яса і м'ясопродуктів за 2010–2012 роки по децільних групах домогосподарств

Децільні групи	2012				2011				2010			
	по доходу		по ціні		по доходу		по ціні		по доходу		по ціні	
	Ланцюгові коефіцієнти еластичності	Коефіцієнт еластичності на основі показників попередньої групи	Ланцюгові коефіцієнти еластичності	Коефіцієнт еластичності на основі показників попередньої групи	Ланцюгові коефіцієнти еластичності	Коефіцієнт еластичності на основі показників попередньої групи	Ланцюгові коефіцієнти еластичності	Коефіцієнт еластичності на основі показників попередньої групи	Ланцюгові коефіцієнти еластичності	Коефіцієнт еластичності на основі показників попередньої групи	Ланцюгові коефіцієнти еластичності	Коефіцієнт еластичності на основі показників попередньої групи
1	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
2	2,35	1,90	7,73	10,81	7,54	6,71	2,12	3,20	0,98	0,99	–5,33	–8,51
3	0,70	0,51	0,84	0,97	0,65	0,47	–1,85	–2,35	–1,53	–1,54	0,95	1,12
4	0,49	0,38	4,86	5,61	0,00	0,00	0,00	0,00	0,46	0,37	0,50	0,58
5	0,58	0,48	–2,65	–2,94	1,24	1,10	–3,22	–3,75	0,92	0,77	–1,08	–1,28
6	0,81	0,73	35,46	35,60	0,23	0,20	0,36	0,35	0,86	0,73	2,90	2,87
7	0,18	0,16	0,66	0,61	0,67	0,64	–7,82	–7,85	0,33	0,29	4,61	4,37
8	0,65	0,66	3,01	2,80	0,64	0,63	1,48	1,35	1,29	1,25	0,00	0,00
9	0,65	0,70	2,42	2,14	0,75	0,77	–35,27	–31,65	0,76	0,72	1,60	1,33
10	0,29	0,32	2,86	2,42	0,31	0,33	2,24	1,77	0,27	0,27	2,03	1,65
Всі домогосподарства	0,60	0,55	5,34	5,41	0,92	0,85	–5,24	–4,88	0,50	0,45	1,13	0,80
Стандартне відхилення	0,6	0,5	11,4	11,6	2,4	2,1	11,9	10,8	0,8	0,8	2,8	3,7
Коефіцієнт варіації	1,1	0,9	2,1	2,1	2,6	2,5	–2,3	–2,2	1,7	1,8	2,5	4,6

Розраховано за [1].

Найбільша диференціація населення в розрізі децільних груп спостерігається при дослідженні коефіцієнтів еластичності споживання м'яса і м'ясопродуктів по ціні, а у 2011 році і по доходах (коефіцієнти варіації більше 2).

Проаналізуємо кумулятивні коефіцієнти еластичності споживання м'яса і м'ясопродуктів по доходу по децільних групах домогосподарств (рис. 5). Як бачимо з рис. 5, 2010–2012 роки характеризуються в цілому схожою позитивною динамікою впливу доходу на попит на продукцію, у 2010 році – зростання номера децільної групи на одиницю визиває зростання коефіцієнта еластичності по доходу на 0,5881 проц. пункт на місяць, у 2011 році – 0,5841, у 2012 році – 0,6889. Хоча початкові коефіцієнти еластичності в другій децільній групі різні по роках, але загальна тенденція їх зміни від групи до групи спостерігається подібна.

Кумулятивні коефіцієнти еластичності споживання м'яса і м'ясопродуктів по ціні по децільних групах домогосподарств за 2010–2012 характеризуються різними тенденціями, хоча початкові значення коефіцієнтів еластичності у другій групі наближаються один до одного (рис. 6). Так, у 2011 році зростання номеру децільної групи на одиницю визиває зменшення коефіцієнта еластичності по ціні на 5,5922 проц. пункти, тобто перехід від групи до групи характеризується зростанням споживання, що обумовлено зменшенням ціни.

2010 і 2012 роки показують, що при переході від групи до групи зростання споживання обумовлено зростанням ціни

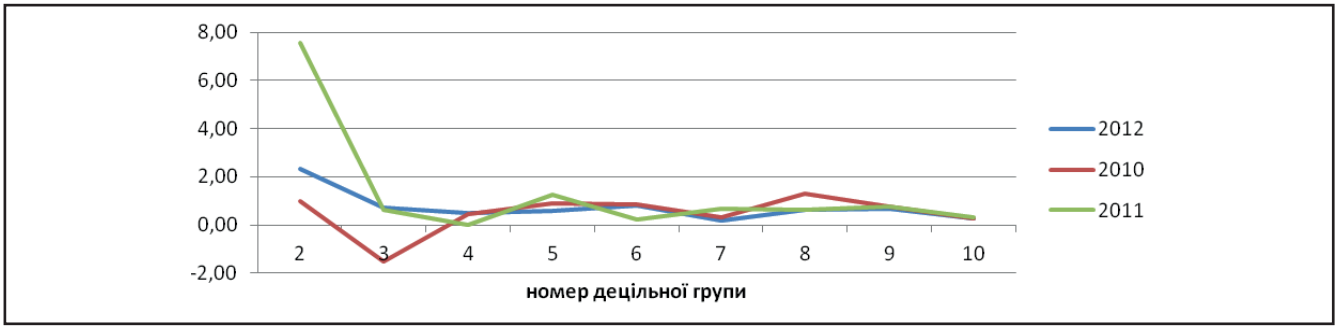

Рисунок 3. Ланцюгові коефіцієнти еластичності споживання м'яса і м'ясопродуктів по доходу по децільних групах домогосподарств за 2010–2012 роки

Розраховано за [1].

Рисунок 4. Ланцюгові коефіцієнти еластичності споживання м'яса і м'ясопродуктів по ціні по децільних групах домогосподарств за 2010–2012 роки
Розраховано за [1].

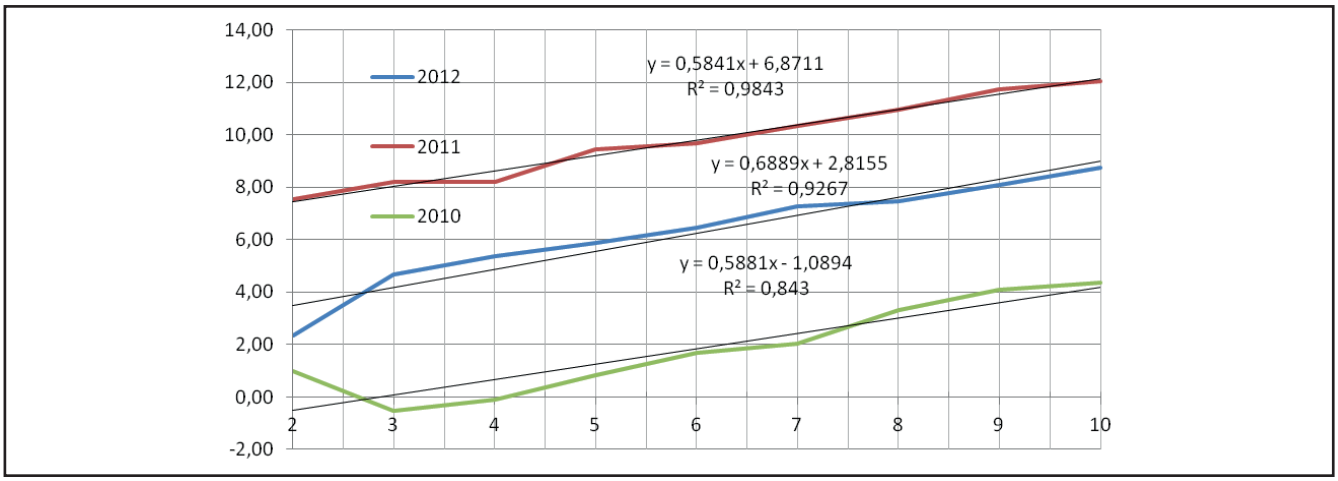

Рисунок 5. Кумулятивні коефіцієнти еластичності споживання м'яса і м'ясопродуктів по доходу по децільних групах домогосподарств за 2010–2012 роки
Розраховано за [1].

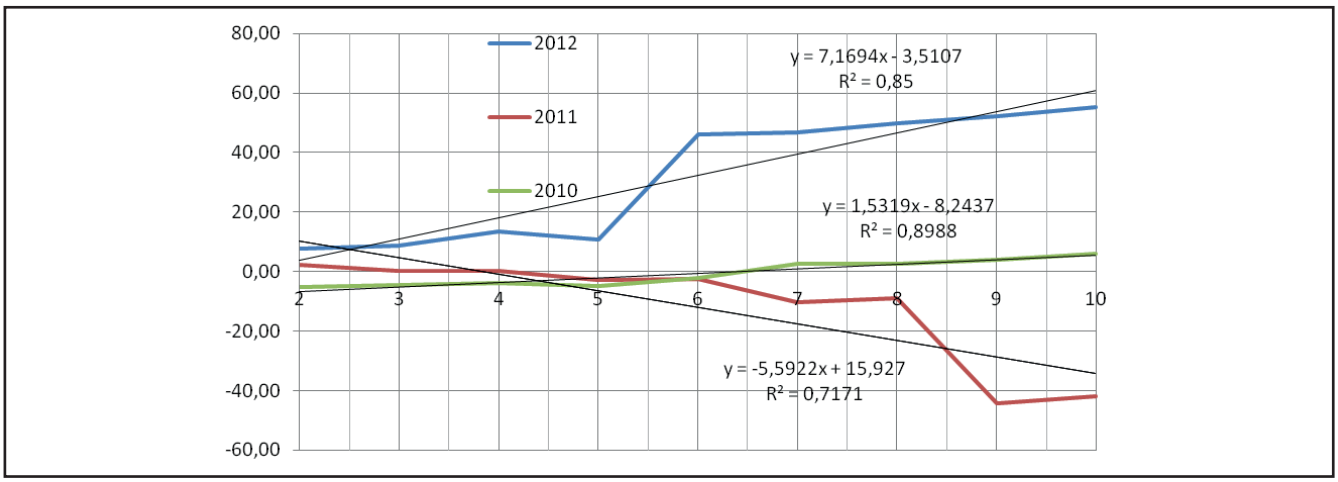

Рисунок 6. Кумулятивні коефіцієнти еластичності споживання м'яса і м'ясопродуктів по ціні по децільних групах домогосподарств за 2010–2012 роки
Розраховано за [1].

на продукт, а це, як вже говорилося, нелогічно. Тому можна зробити висновок, що ціна в ці періоди не була тим чинником, що вплинув на споживання м'яса і м'ясопродуктів.

На еластичність попиту від доходу впливають такі фактори [5]:

а) питома вага витрат на товар (послугу) у витратах домогосподарств. Отже, чим більша питома вага витрат на деякий товар (послугу) у всіх витратах споживачів, тим вища еластичність попиту на нього;

б) ступінь універсальності товару: чим більше універсальний товар, тобто можливості його використання, тим вища еластичність попиту;

в) ступінь насиченості потреби: наприклад, на стадії виведення нового товару на ринок еластичність попиту набагато

вища, тому навіть незначне зниження ціни може призвести до значного зростання обсягу продажу товару;

г) фактор часу: попит більш еластичний у довгостроковому періоді, ніж у короткостроковому.

У країнах із високим життєвим рівнем у структурі споживчих витрат зростає частка матеріальних і побутових послуг, пов'язаних з придбанням та споживанням продуктів харчування (рис. 7). У результаті цього відбувається повільніше зростання частки витрат безпосередньо на харчування. Загальні витрати на продовольство збільшуються, харчування стає різноманітнішим, відрізняється вищою якістю продовольчих товарів, включає значну кількість натуральних і перероблених продуктів.

Витрати споживачів на продукти харчування відзначаються двома тенденціями: одна – значне збільшення витрат на харчування, друга – зниження частки витрат на продукти харчування у споживчому доході.

В Україні дія законів попиту має свої особливості. Взагалі попит на продовольчі товари повільно зростає, хоча за основними продуктами харчування раціональні норми споживання ще далекі до досягнення, що підтверджують дані Держкомстату України (табл. 2).

Енергетична цінність і вміст протеїну добового раціону харчування середнього українця в цілому майже витримується за рекомендованими раціональними нормами, але білки тваринного походження в наборі основних продуктів становлять 64–68% раціональних норм [1]. Таким чином, в Україні спостерігається одноманітне жирово–вуглеводне харчування більшої частини населення. Енергетична цінність раціону як дорослих, так і дітей забезпечується вуглеводами на 60–80% за рахунок хлібобулочних і кондитерських виробів, картоплі та цукру. Значно нижче норм у 2012 році споживалося молока та молочних продуктів – 56,6% від раціональної норми, м'яса та м'ясопродуктів – 67,5%, фруктів та винограду – 58,9%, риби та рибопродуктів – 68%. Лише за такими позиціями, як «хліб і хлібопродукти», «картопля», «олія», «цукор», «овочі та баштанні», фактичне споживання у 2011–2012 роках перевищило раціональну норму (табл. 2). Проте таке перевищення по зазначених групах продовольства є свідченням незбалансованості харчування населення, яке намагається забезпечити власні енергетичні потреби за рахунок більш економічно доступних продуктів.

Зміни у структурі витрат (структурі попиту) домогосподарств суттєво впливають на виробництво. Галузі, які виробляють споживчі товари і частка яких зменшується у витратах домогосподарств, мають мало шансів на розширення виробництва, і навпаки. Чим вищий коефіцієнт еластичності попиту на певний товар галузі від доходу, тим активніше ця галузь розвивається. В табл. 3 показані середні ланцюгові коефіцієнти еластичності по доходу на продукти харчування. Як ми можемо побачити із табл. 3, найбільше сьогодні розвиваються галузі із виробництва м'яса і м'ясопродуктів, овочів і фруктів, на другому місці молоко, риба, масло.

За тенденцією розвитку галузі або підприємств–виробників можна класифікувати так: які розвиваються; які розширюються; стабільні; перебувають у стані застою або занепаду; які зникають.

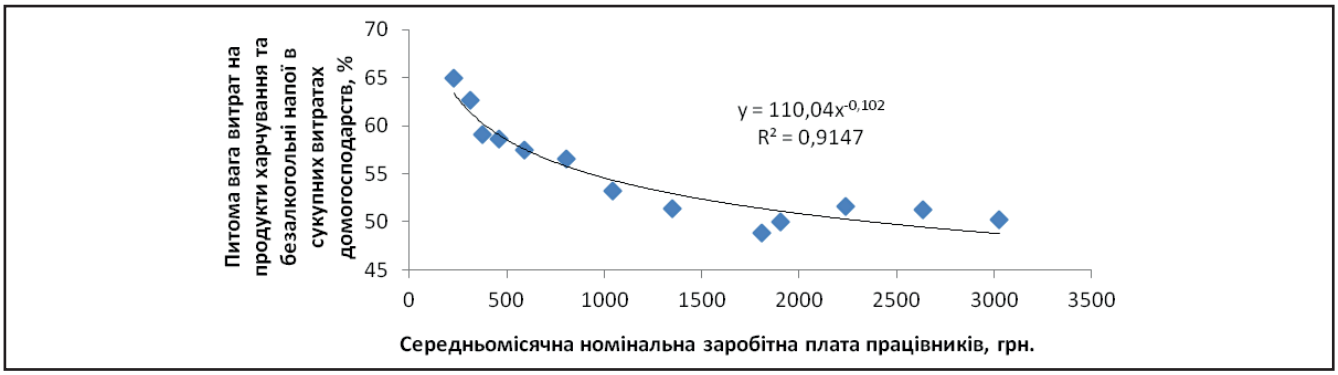

Рисунок 7. Залежність питомої ваги витрат на продукти харчування в сукупних витратах домогосподарств від середньомісячної заробітної плати найманих працівників в Україні за ступеневою функцією

Розраховано за [1].

Таблиця 2. Ступінь забезпечення населення України продуктами харчування відповідно до раціональних норм споживання, %

Продукти	Роки						
	1990	1995	2000	2005	2010	2011	2012
М'ясо і м'ясопродукти	85,0	48,8	41,3	48,8	63,8	63,8	67,5
Молоко і молокопродукти	98,2	64,2	52,4	59,5	54,2	53,9	56,6
Яйця	93,8	59,0	57,2	82,1	93,8	106,9	105,9
Риба	90,0	20,0	42,0	72,0	70,0	67,0	68,0
Цукор	131,6	84,2	97,4	100,0	97,4	102,6	100,0
Олія	92,3	61,5	72,3	103,8	115,4	105,4	100,0
Картопля	105,6	100,0	108,9	109,7	101,6	112,1	112,9
Овочі та баштанні	64,0	60,2	63,4	74,5	87,0	101,2	101,2
Фрукти та виноград	52,2	36,7	32,2	41,1	50,0	58,9	58,9
Хлібопродукти	139,6	126,7	123,8	122,8	110,9	108,9	107,9

Джерело [1].

Таблиця 3. Середні ланцюгові коефіцієнти еластичності по доходу

Продукт	2012	2011	2010	Характеристика продукту по коефіцієнту еластичності по доходу
М'ясо і м'ясопродукти	0,60	0,92	0,50	Нормальний товар першої необхідності
Молоко і сир	0,39	0,77	0,25	Нормальний товар першої необхідності
Риба і рибопродукти	0,46	0,68	0,33	Нормальний товар першої необхідності
Яйця	0,24	0,43	0,04	Нормальний товар першої необхідності
Олія та інші олійні жири	0,12	0,39	0,01	Нормальний товар першої необхідності
Масло	0,58	1,11	0,38	У 2010 і 2012 роках нормальний товар першої необхідності, у 2011 році предмет розкоші
Цукор (включаючи цукор, використаний на кондитерські вироби), мед,	0,29	0,52	0,20	Нормальний товар першої необхідності
Картопля	0,00	0,25	–0,01	У 2012 і 2010 роках другорядний товар
Овочі і баштанні (кавуни і дині)	1,80	–2,60	0,74	Нормальний товар першої необхідності
Фрукти, ягоди, горіхи, виноград	0,74	1,14	0,59	У 2010 і 2012 роках нормальний товар першої необхідності, у 2011 році предмет розкоші
Хліб і хлібопродукти	0,08	0,19	–0,01	У 2011 і 2012 роках нормальний товар першої необхідності, у 2010 році другорядний товар

Розраховано за [1].

Таблиця 4. Середні ланцюгові коефіцієнти еластичності по ціні

Групи продуктів	2012	2011	2010
М'ясо і м'ясопродукти	5,34	–5,24	1,13
Молоко і сир	–0,09	0,50	1,51
Риба і рибопродукти	0,35	–0,25	0,01
Яйця	–0,73	0,00	0,10
Олія та інші олійні жири	–0,11	–0,61	0,03
Масло	–0,32	–0,95	–0,50
Цукор (включаючи цукор, використаний на кондитерські вироби), мед	–2,74	–0,87	–0,39
Картопля	–2,35	–2,71	2,29
Овочі і баштанні (кавуни і дині)	0,32	0,64	0,16
Фрукти, ягоди, горіхи, виноград	–0,03	2,75	4,40
Хліб і хлібопродукти	–0,02	–0,39	0,72

Розраховано за [1].

У табл. 4 показані середні ланцюгові коефіцієнти еластичності по ціні. Їхні значення не завжди мають від'ємний характер, хоча ринок не на всі групи продуктів харчування ненасичений. Із цього можна зробити висновок, що зменшення ціни стійко визиває зростання споживання по всіх досліджуваних роках по таких продуктах харчування: масло, цукор (включаючи цукор, використаний на кондитерські вироби), мед. У 2012 році ціна вплинула на споживання таких продуктів: молоко і сир, яйця, олія та інші олійні жири, масло, цукор (включаючи цукор, використаний на кондитерські вироби), мед, картопля, фрукти, ягоди, горіхи, виноград і хліб і хлібопродукти. У 2012 році ціна не вплинула на споживання м'яса і м'ясопродуктів, риби і рибопродуктів і овочів і баштанних (кавунів і динь).

Висока еластичність попиту по ціні по деяких видах продуктів означає, що виробники практично вичерпали можливості збільшення виручки за рахунок підвищення цін і можуть отримати додатковий прибуток лише при зменшенні цін та відповідному зростанні обсягу продажів. Проте такий шлях іноді є неможливим через високі витрати виробників харчової продукції, внаслідок чого можливості збільшення доходів для фінансування розвитку галузі за рахунок маневрування цінами практично вичерпані.

Порівняння того, як вплинули зміна ціни і доходів на споживання окремих продуктів харчування, можна за допомогою факторного аналізу, який подано в табл. 5. Так, за 2010–2012 роки не відбулося змін у споживанні м'яса і м'ясопродуктів, яєць і олії. В 2011 році споживання молока і молокопродуктів зменшилося по відношенню до 2010 року на 0,1 кг на місяць на одну особу, і це відбулося за рахунок зростання ціни – зменшення на 5,63 кг і за рахунок зростання сукупних витрат на харчування цього продукту – зростання на 5,53 кг на місяць. У 2012 році споживання молока і молокопродуктів зросло по відношенню до 2011 року на 0,2 кг на місяць на одну особу, і це відбулося за рахунок зростання ціни – зменшення на 0,68 кг і за рахунок зростання сукупних витрат на харчування цього продукту – зростання на 0,88 кг на місяць.

Зменшення споживання риби і рибопродуктів, масла у 2011 році порівняно з 2010 роком відбулося в більшому ступені за рахунок зростання ціни, ніж за рахунок зростання доходів. Зростання споживання цукру, картоплі і овочів у 2011 році порівняно із 2010 роком відбулося в більшому ступені за рахунок зростання доходів, ніж за рахунок зростання ціни. Зменшення споживання картоплі, овочів і хліба у 2012 році порівняно із 2011 роком обумовлено в більшому ступені зменшенням доходів ніж зростанням ціни. Зростання споживання фруктів у 2012 році порівняно із 2011 роком обумовлено в більшому ступені зростанням доходів.

Таблиця 5. Зміни в споживанні окремих груп продуктів у домогосподарствах у середньому на одну особу в залежності від змін цін і сукупних витрат на харчування

Групи продуктів	Зміна місячного споживання продукту, кг		За рахунок зміни:			
			ціни на одиницю продукції, грн.		сукупних витрат на харчування, грн. на одну особу у середньому на місяць	
	2011/2010	2012/2011	2011/2010	2012/2011	2011/2010	2012/2011
М'ясо і м'ясопродукти	0	0	–1,53	–0,45	1,53	0,45
Молоко і сир	–0,1	0,2	–5,63	–0,68	5,53	0,88
Риба і рибопродукти	–0,1	0	–0,67	–0,18	0,57	0,18
Яйця	0	0	–5,12	–3,38	5,12	3,38
Олія та інші олійні жири	0	0	–1,08	–0,02	1,08	0,02
Масло	–0,1	0	–0,25	–0,01	0,15	0,01
Цукор (включаючи цукор, використаний на кондитерські вироби), мед,	0,1	0	–0,97	0,21	1,07	–0,21
Картопля	0,1	–0,1	–2,27	3,38	2,37	–3,48
Овочі і баштанні (кавуни і дині)	0,6	0,1	–2,68	0,95	3,28	–0,89
Фрукти, ягоди, горіхи, виноград	0	0,1	–1,69	–0,15	1,69	0,25
Хліб і хлібопродукти	0	–0,1	4,05	0	–4,05	–0,1

Розраховано за [1].

Висновки

Аналіз конкурентного середовища виступає основою формування обґрунтованої і адекватної ринковим умовам конкурентної стратегії розвитку підприємств. Дослідження попиту – є однією з найбільш вагомих складових ринкової кон'юнктури і відповідно основою для характеристики стану конкурентного середовища і його змін. Коефіцієнти еластичності попиту по доходу і ціні на продовольчі товари свідчать про стан розвитку ринку і конкуренцію на окремих сегментах функціонування підприємств харчової промисловості.

Зниження коефіцієнтів еластичності попиту за доходом говорить про підвищення рівня конкуренції на ринку, зростання вимог споживачів до якості продовольчих товарів, способів (каналів) їх продажу. Зниження коефіцієнтів еластичності попиту за ціною говорить про чутливість споживачів до задоволення власних потреб, про їх купівельну спроможність, важливість даного продукту для нормального функціонування людини.

Проведене дослідження коефіцієнтів еластичності попиту за доходом і ціною свідчить про підвищення рівня задоволення потреб населення України в основних продуктах харчування і в той же час про зростання конкуренції між їх виробниками. В той же час спостерігається недостатнє споживання м'ясної і молочної продукції і продуктів з них. Дослідження коефіцієнтів еластичності по децільних групах дозволить краще розуміти поведінку різних споживачів щодо покупки даного продукту харчування. Середні коефіцієнти еластичності по доходу на м'ясо і м'ясопродукти свідчать про те, що це нормальний товар першої необхідності і за умов ненасиченості ринку його виробництво має зростати у відповідності з рівнем задоволення населення. Середні коефіцієнти еластичності по ціні на м'ясо і м'ясопродукти свідчать про те, що ціна не є вирішальним фактором у плані задоволення потреб порівняно з доходом громадян. Хоча в певних децільних групах ціна і виступає важливим фактором задоволення потреб. З одного боку, існує доцільність для виробників і необхідність для суспільства збільшувати обсяги пропозиції цих товарів на вітчизняному ринку. З іншого боку, споживачі уважно і ретельно оцінюють якість і ціну м'яса і м'ясопродуктів, і ця характеристика конкурентного середовища повинна враховуватися виробниками.

Список використаних джерел

1. Витрати і ресурси домогосподарств України (за даними вибіркового обстеження умов життя домогосподарств України). – Офіційний сайт Державного комітету статистики України [Електрон. ресурс]: // www.ukrstat.gov.ua

2. Одінцов М.М. Формування попиту на продукти харчування // Економіка АПК. – 2009 – №10. – С. 11–115.

3. Рождєственська Л.Г. Статистика ринку товарів і послуг: Навч. посіб. – К.: КНЕУ, 2005. – 419 с.

4. Крамченко Л.І. Статистика ринку товарів і послуг: Навч. посіб. друге видання виправлене та доповнене. – Львів: «Новий світ–2000», 2007. – 296 с.

5. Гордуновський О.М. Особливості формування вітчизняного ринку споживчих товарів. – http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2568.