

МЕХАНІЗМ ФОРМУВАННЯ ПОПИТУ НАСЕЛЕННЯ УКРАЇНИ НА ПРОДОВОЛЬЧОМУ РИНКУ

В статті проаналізовано механізм формування попиту на ринку продовольчих товарів під впливом основних чинників. Висвітлено питання необхідності забезпечення здорового харчування населення країни та нагальності застосування заходів державного регулювання попиту на продовольчу продукцію.

Постановка проблеми. Одним з головних завдань успішної діяльності підприємств в умовах сьогодення є вивчення поведінки кінцевого споживача, основою якого є дослідження потреб, уподобань, смаків тощо. Це дозволяє виробникам продовольчих товарів краще розуміти потреби їх потенційних споживачів, вміти швидко реагувати на їхні вимоги та володіти інформацією щодо діяльності конкурентів. В іншому разі не може бути забезпечений продаж товару, підвищена прибутковість підприємства. Стає край необхідним вивчення можливостей та ефективності різних форм і методів продажу товарів, проведення роботи по формуванню запитів населення, підвищення іміджу підприємства-виробника. Вивчення попиту на конкретний товар, а також факторів, що впливають на його формування, стає необхідною умовою діяльності підприємств, спрямованої на розвиток виробництва та отримання максимальних прибутків. Без вивчення механізму формування попиту на ринку продовольчих товарів неможлива ефективна робота жодного підприємства.

Основним чинником формування попиту, його структури та обсягу, характеру споживання та інших ознак виступає населення, яке характеризується рядом процесів: демографічним, урбанізаційним, агломераційним, етнокультурним, релігійним тощо, які суттєво впливають на якість та стиль життя. Сукупна дія вказаних чинників формує рівень та умови життя населення, значно впливає на формування потреби та забезпечує механізм формування платоспроможного попиту населення на продовольчі товари, визначає його структуру та характер споживання.

Так, більш поширеними та загальними факторами, що впливають на попит на ринку продовольчих товарів, є: розміри грошових доходів населення, якість товарів, безпека продуктів харчування, обсяг та асортимент продукції на ринку, рівень цін на харчові

продукти на продовольчому ринку, чисельність населення, його статтєво-віковий склад, територіальні та національні особливості в споживанні продовольчих товарів тощо.

За умов, що склалися, вивчення попиту та вибір кожним виробником конкретних, більш ефективних, стратегічних пріоритетів розвитку, зокрема формування дійової системи управління попитом, можливий лише на підставі ретельного вивчення поведінки споживачів та ситуації, що складається на ринку.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Вивченням такої економічної категорії як "попит" займалася велика низка таких зарубіжних учених-економістів, як К. Макконелл, С. Брю, Д. Рікардо, М. Туган-Барановський, С. Фішер, Р. Дорнбуш, Р. Шмалензі [2, 5, 6, 9, 11, 13], а також вітчизняних дослідників, таких як Ільєнкова Н.Д., Примак Т.О. [3, 7]. Але перелік імен навряд чи можна вичерпати у межах поданого матеріалу. Проте, певні теоретичні та практичні аспекти дослідження попиту, визначення конкретних переваг та факторів, формування ефективної стратегії щодо управління попитом на певні товари потребують подальшого вивчення, поглиблення і розвитку. Крім того, різноманітність точок зору і багатоаспектність досліджень не зменшують актуальності зазначеної проблематики.

Метою статті є аналіз чинників, що впливають на механізм формування попиту населення України на продовольчі товари, розкриття їх сутності та особливостей.

Виклад основного матеріалу. Процес споживання продовольчих товарів є достатньо складним, на характер якого в умовах сучасного розвитку економіки впливають такі групи факторів як: демографічні, дієтологічні та економічні. При дослідженні механізму формування попиту на продовольчі товари виникає необхідність орієнтації на статистичні дані щодо чисельності населення, оскільки сегментація продовольчого ринку здійснюється також й за демографічними ознаками: 1) за статтю; 2) за віком; 3) за місцем проживання (слід розділяти сільське та міське населення, оскільки міста мають більш розвинуту мережу закладів роздрібної та оптової торгівлі, через які відбувається реалізація продовольчих товарів).

Фонд споживання продуктів харчування, тобто попит, визначається з врахуванням чисельності постійного населення України (рис. 1).

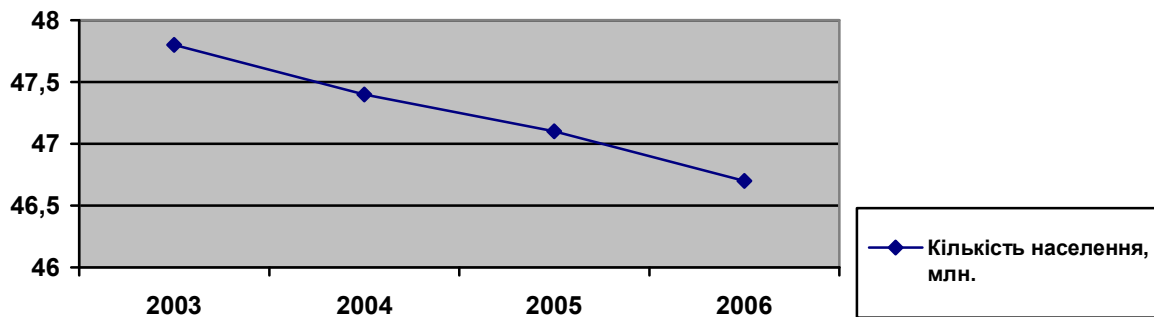


Рис.1. Кількість населення України у 2003-2006рр.

В цілому, демографічний стан в Україні сьогодні оцінюється як кризовий. В країні відбувається значне скорочення тривалості життя населення, особливо чоловічої статі. Середньостатистичний чоловік не доживає до пенсійного віку. За інформацією Державного комітету статистики (рис. 1), за останні чотири роки чисельність населення України має стійку тенденцію до зниження, а саме зменшення відбулось на 1,1 млн. чол., або на 2,3%. Помітним є також постійне зростання рівня загальної смертності населення, яка суттєво перевищує народжуваність (рис. 2).

За статистичними даними, у 2006 році загальний коефіцієнт народжуваності становив 9,8, а смертності – 16,2 на 1000 наявного населення. Наразі природний приріст населення продовжує залишатися від'ємним, у 2006 році він становив 6,4, а у 2003р. – 7,5 осіб на 1000 осіб. Отже, проведений демографічний аналіз дозволяє дійти до висновку, що катастрофічне скорочення тривалості життя населення і зростання рівня смертності викликає зниження індексу здоров'я нації та зумовлює гостру необхідність підняття питань про харчування населення України на державному рівні та орієнтацію виробників продовольчих товарів на задоволення "здорового" попиту населення.

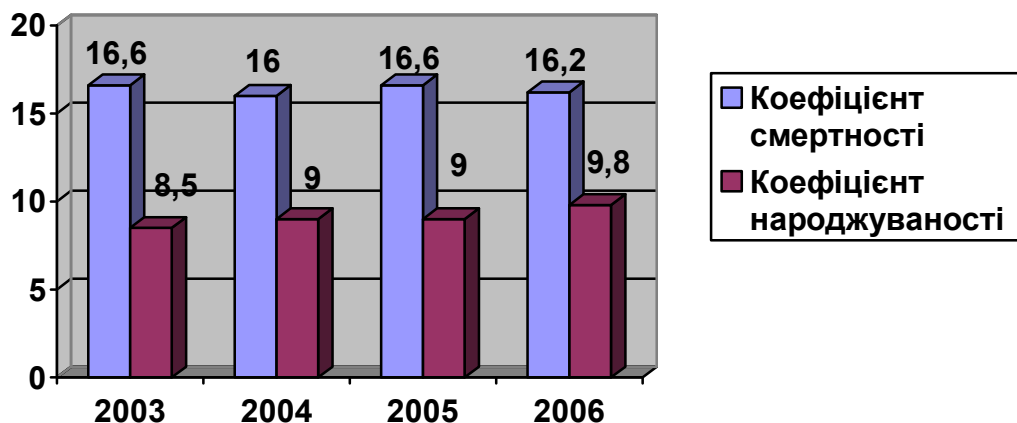


Рис. 2. Динаміка смертності та народжуваності за 2003-2006р.

Енергетична цінність щоденного раціону людини в цілому світі зростає, але приріст її ще значно відстає від темпів приросту населення. Амплітуда споживання білка та жирів між високо- та середньо розвинутими державами вища, ніж між середньо- та низько розвинутими [7, 56].

Для оцінки рівня та якості харчування у світі та окремих регіонах більш широкого розповсюдження набуває показник середньодушового споживання продуктів харчування в калорійному вимірі на добу, необхідний рівень якого складає 3250 ккал. У зв'язку з цим рівень споживання продуктів на душу населення може прогресивно змінюватись у структурі споживання продуктів з метою наближення до світових норм. Так, загальна калорійність раціону харчування населення України у 2006 р. порівняно з 2003р. зросла на 137 ккал. або на 4,8% та становила 2935 ккал., однак, порівняно з науково- обґрунтованими нормативами за загальною калорійністю зменшилась на 315 ккал, або на 9,7%.

Таблиця 1

**Динаміка споживання продуктів харчування в Україні
в розрахунку на душу населення за рік (в кг)***

Продукт харчування	Рік				2006 у % до	
	2003	2004	2005	2006	2003	2005
М'ясо і м'ясопродукти	35	39	39	42	120	107,7
Молоко і молочні продукти	226	226	226	235	104	104
Яйця, шт.	214	220	238	250	116,1	105
Риба і рибопродукти	12,0	12,3	14,4	15,0	125	104,2
Цукор	36	38	38	39	108,3	102,6
Олія	11,3	13,0	13,5	13,5	119,5	100
Картопля	138	141	136	133	96,4	97,8
Овочі та баштанні культури	114	115	120	127	111,4	105,8
Плоди, ягоди та виноград	33	34	37	34	103	91,9
Хлібні продукти	125	126	124	124	100	100
Калорійність, ккал	2798	2910	2916	2935	104,9	100,7

* Складено і розраховано за даними: Україна у цифрах у 2006р. Статистичний щорічник. – К.: Держкомстат України, 2007. – С. 199.

Аналізуючи динаміку споживання основних видів продуктів харчування із розрахунку на душу населення в Україні за 2003-2006 рр. можна відмітити, що вона має нестабільний характер та спостерігається тенденція до споживання продуктів, багатих вмістом вітамінів та

білками. Суттєво помітним є збільшення обсягів споживання за наступними групами товарів: м'ясо та м'ясопродукти – 20%, яйця – 16,1%, риба і рибопродукти – 25%, овочі та баштанні культури – 11,4%, плоди ягоди та виноград – 3%. Збільшення споживання перерахованих вище продуктів харчування призводить до позитивних змін в енергетичній цінності добового раціону харчування пересічного громадянина: протеїну – з 77,7 до 80,0 г., або на 3 %, жирів – з 80,9 до 92,5 г, або на 14,3%, кальцію з 919 до 954 г., або на 3,8 %.

Звичайно, попит населення є достатньо складним та на механізм його формування впливають також економічні чинники, такі як рівень доходів населення, ціна товару, структура та об'єм пропозиції на ринку товарів тощо. Звернемось до статистичних даних. Так, доходи населення у 2006р. порівняно з 2003 р. зросли на 55% . Витрати, які використані населенням на придбання товарів та оплату послуг, у 2006р. порівняно з 2003р. збільшились на 52%. Порівняно з 2003р. заробітна плата у 2006р. збільшилась на 22,6% [11]. Слід зазначити, що зростання доходів населення відбулось за рахунок підвищення рівня мінімальної заробітної плати, розмірів пенсій та певних видів соціальної допомоги, а це, в свою чергу, відповідно вплинуло на збільшення середньомісячних сукупних витрат громадян, в тому ж числі й на продовольчі товари.

Однак, найбільшу частку в структурі витрат населення продовжують займати витрати на придбання продовольчих товарів, включаючи харчування поза домом, алкогольні напої та тютюнові вироби (рис. 3). У 2006р. у порівнянні з 2003р. частка витрат на придбання продовольчих товарів зменшилась на 4,6% і становила 58,1%. Але, в економічній науці домінуючою є точка зору, згідно якої якщо на придбання продовольчих товарів витрачається більше 50 % доходу, то це є свідченням низького рівня життя населення та, крім того, ще й є одним із показників бідності.

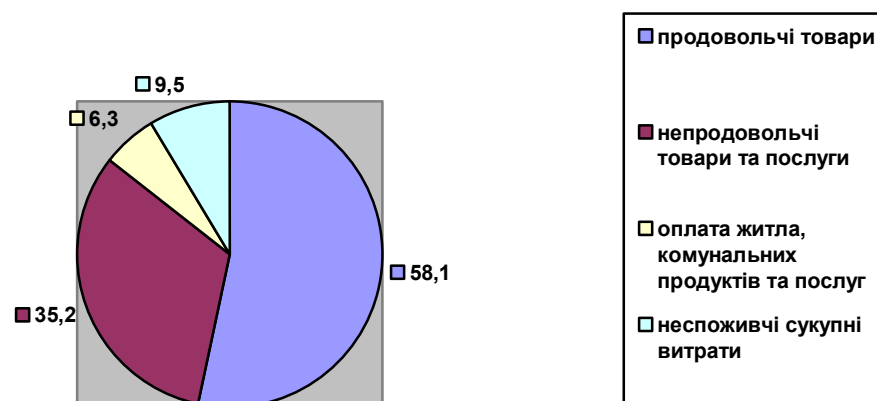


Рис. 3 Структура сукупних витрат громадян у 2006р.,%

Аналізуючи структуру доходів населення України за 2003-2006рр. (табл. 2), можна відстежити систему їх формування та помітити, що частка заробітної плати є достатньо

низькою, що, в свою чергу, пояснюється як мінімум двома причинами: 1) достатньо низький рівень продуктивності праці; 2) виплата неофіційної заробітної плати, іншими словами, заробітної плати "в конвертах".

Таблиця 2

**Динаміка частки оплати праці та трансфертів
у структурі доходів населення України в 2003-2006рр. ***

Показники	Роки				2006р. у
	2003	2004	2005	2006	% до 2003р.
Заробітна плата	43,9	42,7	42,1	43,1	- 0,8
Соціальні допомоги та інші одержані поточні трансферти	36,2	38,2	39,7	38,8	2,6

* Розраховано за даними: Україна у цифрах у 2006 році. Статистичний довідник (За ред. О.Г.Осауленка). К., "Консультант", 2007. – 239с.

Характерною рисою залежності попиту від рівня доходів є те, що останній дозволяє придбати лише обмежений набір продуктів харчування. Внаслідок цього споживач змушений робити вибір серед великого асортименту запропонованих товарів з метою задоволення власних потреб.

Зазвичай, споживачів цікавить не товар в цілому, а товар за доступною ціною. Чим вища ціна товару, тим менше його купують, та чим нижче його ринкова ціна, тим більше буде куплено одиниць товару при інших рівних умовах. Ціни, що знижуються, притягують нових споживачів і тим самим збільшують обсяг реалізованої продукції. Слід також зазначити, що ціна є одним з найбільш важливих інструментів регулювання як економіки в цілому, так і регулювання виробничої діяльності певного підприємства-виробника товарів. Механізм ціноутворення пов'язаний із різними типами ринків. Від його поточного стану, що відображається ринковою кон'юнктурою значною мірою залежать результати економічної діяльності підприємств. Ціни впливають на рівень доходів, надходження інвестицій до сфери виробництва продовольчих товарів, попит населення.

Регулюючий вплив ціни на економіку можна розглядати в багатьох аспектах. Зокрема, виробництво будь-якої продукції за допомогою цін підпорядковується суспільним потребам, що виражаються у вигляді платоспроможного попиту, крім того, ціни впливають безпосередньо й на виробничу та збутову діяльність підприємства через стимулювання зниження витрат на виробництво та реалізацію товарів завдяки впровадженню досягнень науково-технічного прогресу, підвищення якості товарів тощо. Важливість цінового фактора

підкреслює ще й те, що ціна виступає як інструмент регулювання ефективності, аналізу, оцінки та прогнозу економічних і виробничих параметрів розвитку виробників продовольчих товарів. І це, як стверджує В.Г. Андрійчук, закономірно, оскільки ефективне функціонування економічної системи досягається за умови, коли економічні чинники, в тому числі ціна, будуть регулюватися й адаптуватися до змін середовища в органічній єдності [1]. Необхідність державного регулювання процесу ціноутворення у сфері виробництва та реалізації продукції в ринкових умовах господарювання пояснюється тим, що держава за допомогою цін може спрямувати у необхідному напрямі товарно-грошові відносини на виробництво продовольчих товарів, а також підтримувати купівельну спроможність різних верств населення і забезпечувати їх соціальний захист, що набуває особливої актуальності у трансформаційній економіці України [10, 29].

Звичайно, не залишається поза увагою й взаємозв'язок формування попиту на товари з системою оподаткування. Згідно вимог чинного законодавства нараховані податкові зобов'язання платниками включаються до валових витрат, які впливають на собівартість. На собівартість та рентабельність нараховується податок на додану вартість. Від загальної суми нарахованих платежів залежить і вартість продукції, товарів, наданих послуг. У кінцевому циклі товарообігу пропоновані товари використовуються у споживанні. Залежно від вартісних характеристик та вартості утворюється попит. А це означає, що введення нових податків, збільшення податкових ставок призводить до збільшення вартості продукції, що, в свою чергу, впливає на скорочення попиту. Раціональна, гнучка, відповідно до вимог часу податкова політика забезпечує стабільний розвиток підприємств з метою задоволення потреб як конкретного споживача, так і держави в цілому.

Оскільки попит та пропозиція – це парні, взаємопов'язані категорії, то є необхідність звернути увагу на те, що пропозиція товару на ринку знаходиться в прямій залежності від розвитку матеріально-технічної бази підприємств продовольчого комплексу, яка, в свою чергу, дозволяє випускати якісну, конкурентоспроможну продукцію та суттєво розширити ринки збуту, отримати вигідні довготривалі контракти, знизити загальні виробничі витрати, оптимізувати структуру і діяльність, і, нарешті, покращити імідж підприємства на продовольчому ринку. Проте, конкурентоспроможна продукція сьогодні - це не тільки вироби, які користуються попитом у великої кількості споживачів та мають не менш високий рівень якості, ніж відомі аналоги, але й продукція, що відрізняється від останніх елементами інновацій у вигляді об'єктів інтелектуальної власності: "ноу-хау", патентів та ін. Головними цілями інноваційної діяльності можна вважати розширення асортименту продукції, покращення її якості, організацію розвиненого таропакувального господарства, створення нових та збереження традиційних ринків збуту в Україні, а головне – забезпечення

належного рівня конкурентоспроможності вітчизняної продукції, що дало б змогу завоювати нові зовнішні ринки збуту [8, 124]. У світовій економічній практиці загальновідомою є визначальна роль інновацій в динаміці економічного розвитку. Так, у розвинених країнах від 75% до 100 % приросту ВВП продукується шляхом використання нововведень, а для країн з перехідною економікою активізація інноваційних процесів є єдиною можливістю в перспективі стати конкурентоспроможними на світовому ринку [13]. Крім того, інноваційна діяльність позитивно впливає на систему основних ціноутворюючих факторів. Пропонуючи товари як принципово нові, так і такі, що містять певну частку новизни, підприємства формують попит на товари, які ще зовсім невідомі споживачеві, але мають більш високі споживчі якості, більш високу споживчу корисність. При цьому, попит, який визначає максимальну ціну на нову продукцію, формується на більш високому рівні. Як підсумок, підприємства, які запроваджують інноваційну діяльність, збільшують і максимальний рівень ціни, забезпечуючи, таким чином, отримання більшого прибутку. Інноваційну діяльність підприємства слід також розглядати як фактор зниження затрат на виробництво продукції. Інновації в області ресурсозбереження, підвищення безвідходності виробництва, зменшення трудомісткості дозволяють також знизити рівень витрат виробництва. Це, в свою чергу, дає можливість підприємству застосовувати стратегії ціноутворення, засновані на більш низьких цінах, ніж у конкурентів, що може розглядатися як вид цінової конкуренції, або при тому ж рівні ціни забезпечити більш високу прибутковість продаж, позитивно впливаючи на попит.

Інноваційна діяльність, незалежно від наявності великої кількості переваг, в той же час передбачає й велику частку ризику. Безпосередньо це обумовлено специфікою інновацій як товару. Попит в умовах ринку на всі товари, особливо на ті, що вперше виводяться на ринок, має ймовірний характер. Інакше кажучи, під час постачання на ринок принципово нових товарів виробники ризикують невиконанням запланованого об'єму продажу. В цьому аспекті зниженню ризику може сприяти вдосконалення механізму маркетингових досліджень, ретельний відбір інноваційних ідей, особливі підходи до ведення рекламних компаній.

Висновки. Таким чином, механізм формування попиту на продовольчі товари знаходиться під впливом максимально широкого кола чинників, а саме: демографічних, дієтичних, економічних, для аналізу яких використовувались статистичні показники, що дало змогу знайти відповіді на окремі проблемні питання, зробити висновки та висловити пропозиції.

З метою забезпечення формування "здорового", якісно нового попиту населення країни на корисну для здоров'я продукцію доцільно розробити моделі забезпечення здорового харчування, які, в першу чергу, будуть реалізовуватись через пропаганду

здорового споживання продовольчих товарів з врахуванням останніх досягнень медицини в області раціонального збалансованого харчування та пріоритетності споживання продуктів, багатих вмістом вітамінів та білків.

Звичайно, для забезпечення належного рівня харчування державою повинні застосовуватись заходи державного регулювання такі як: підвищення платоспроможного попиту населення, здешевлення кредитів та пільговий режим оподаткування підприємств-виробників продовольчих товарів, державне регулювання ПДВ, акцизів, мита, створення ефективної системи контролю якості продукції, досконалої системи захисту вітчизняного виробника від іноземної конкуренції, сприяння впровадженню інноваційної діяльності, формування ефективної системи ціноутворення на продукцію продовольчого комплексу.

Список літератури

1. Андрійчук В.Г. Ефективність діяльності аграрних підприємств: теорія, методика, аналіз: Монографія. – К.:КНЕУ, 2005. – 292с.
2. Ворст Й., Ревентлоу П. Экономика фирмы / Пер. с датс. – М.: Высшая школа, 1994. – 129 с.
3. Калюжний В.В. Вплив податків на процес ринкового ціноутворення й економіку підприємств // Фінанси України. – 2002. - № 6. – С. 17-25.
4. Маркетинг: принципи і функції: Навч. посібник для вищих навч. закладів. – 2-е вид., перероб. і доп. / За ред. О.М. Азарян. – Київ: НМЦВО Міністерства освіти і науки України, НВФ „Студцентр”, 2001. – 320с.
5. Маршалл А. Принципы экономической науки / В 3-х т: Пер. с англ. – М.: Прогресс, 1993. – Т.1. – 415с.
6. Примак Т. О. Маркетинг: Навч. посібник. – К.: МАУП, 2001. – 200с.
7. Продовольчий комплекс України: стан і перспективи розвитку / Л.В.Дейнеко, А.О.Коваленко, П.І.Коренюк, Е.І.Шелудько; За ред. Б.М.Данилишина. – К.: Наук. думка, 2007. – 276с.
8. Рікардо Д. Соч. – Т. I, 240 с.
9. Сичевський М.П. Удосконалення організаційно-економічного механізму розвитку харчової промисловості України: Монографія / За ред. С.І.Дорогунцова. – К.: Наук. світ, 2004. – 374с.
10. Туган-Барановський М. И. Промышленные кризисы в современной Англии, их причины и влияние на народную жизнь. – СПб., 1894. – 378 с.
11. Україна у цифрах у 2006р. // Статистичний довідник / Державний комітет статистики України. – К.: 2007. - 239с.

12. Фишер С., Дорнбуш Р., Шмалензи Р. Экономика: Пер. с англ. со 2-го изд. – М.: Дело – ЛТД, 1997. – 829с.

13. Шандра В.М. Імітаційна модель технологічного оновлення економіки інноваційного спрямування // Актуальні проблеми економіки. – 2007. - № 8(74).

VYSHNEVSKA N.M. THE MECHANISM OF FORMATION OF DEMAND OF THE POPULATION OF UKRAINE IN THE FOOD MARKET

In article it is analyzed the mechanism of formation of demand in the market of articles of food under the influence of primary factors. The questions of necessity of maintenance of a healthy food of the population of the country and urgency of use of measures of state regulation of demand for food production is reflected.

Keywords: behaviour of the consumer, the food market, demand of the population, the mechanism of an establishment of the prices, innovative activity.

ВИШНЕВСКАЯ Н.Н. МЕХАНИЗМ ФОРМИРОВАНИЯ СПРОСА НАСЕЛЕНИЯ УКРАИНЫ НА ПРОДОВОЛЬСТВЕННОМ РЫНКЕ.

В статье проанализирован механизм формирования спроса на рынке продовольственных товаров под воздействием основных факторов. Отражен вопрос необходимости обеспечения здорового питания населения страны и неотложности применения мероприятий государственной регуляции спроса на продовольственную продукцию.

Ключевые слова: поведение потребителя, продовольственный рынок, спрос населения, механизм ценообразования, инновационная деятельность.