

УДК 338.439.5

Федулова І. В.,

д.е.н., професор, зав. кафедри менеджменту,
Національний університет харчових технологій, м. Київ

ДОСЛІДЖЕННЯ СТАНУ РОЗВИТКУ ПРОДОВОЛЬЧОГО РИНКУ

Ефективний і стійкий розвиток підприємств залежить від ринків, на яких вони конкурують. Для визначення основних проблем, з якими вони стикаються, потрібно добре знати характер ринку, на якому приходиться працювати. Завдяки розумінню основних рушійних сил ринку і організації дослідження його кон'юнктури, підприємства можуть досягти успіху. Продовольчий ринок має особливості розвитку, і методичні засади його оцінки і прогнозування потребують специфічних прийомів. Тому виникає потреба розробити методичні підходи до аналізу ринкової кон'юнктури продовольчого ринку.

Ключові слова: продовольчий ринок, ринкова кон'юнктура, індикатори розвитку ринку.

ИССЛЕДОВАНИЕ СОСТОЯНИЯ РАЗВИТИЯ ПРОДОВОЛЬСТВЕННОГО РЫНКА

Федулова И. В.

Эффективное и устойчивое развитие предприятий зависит от рынков, на которых они конкурируют. Для определения основных проблем, с которыми они сталкиваются, нужно хорошо знать характер рынка, на котором приходится работать. Благодаря пониманию основных движущих сил рынка и организации исследования его конъюнктуры, предприятия могут добиться успеха. Продовольственный рынок имеет свои особенности развития, и методические основы его оценки и прогнозирования требуют специфических приемов. Поэтому возникает необходимость разработать методические подходы к анализу рыночной конъюнктуры продовольственного рынка.

Ключевые слова: продовольственный рынок, рыночная конъюнктура, индикаторы развития рынка.

RESEARCH STATE OF FOOD MARKET

Fedulova I.

Effective and sustainable development of enterprises depends on the markets in which they compete. It's necessary to know well the nature of the market where they have to work in order to determine the major problems they face. Enterprises are able to get success through understanding of the main driving forces on the market and organization of market situation survey. Food market has particularities of the development and methods of its assessment and forecasting are required specific techniques. Therefore, there is the need to develop methodical approaches to analysis of the market conditions of the food market.

Keywords: food market, market conditions, market development indicators.

Постановка проблеми. Збалансований розвиток продовольчого ринку є однією з головних цілей, як світової, так і національної, і регіональної економік. Він є необхідною умовою, що визначає рівень і якість життя населення. Функціонування продовольчого ринку характеризується низкою гострих проблем, складність вирішення яких обумовлена динамічністю його розвитку і розгалуженою структурою, а також залежністю від функціонування інших ринків (засобів виробництва, нерухомості, фінансового, робочої сили, інформації). При цьому задіяні на практиці адміністративні та економічні методи регулювання продовольчого ринку не завжди є науково обґрунтованими. Висока частка імпорту по окремих видах продовольства носить загрозливий характер. На тлі зростаючого імпорту спостерігається також збільшення обсягів реалізації неякісних і навіть небезпечних для здоров'я продовольчих товарів. Постійне зростання цін на продукти харчування при відносно низькому рівні доходів населення веде до недостатнього середньодушового споживання основних видів продуктів харчування, як у порівнянні з раціональними нормами, так і з рівнем споживання в економічно розвинених країнах. Більш того, в країні спостерігається суттєва диференціація середньодушового споживання продуктів харчування у населення з різним рівнем доходів, що проживає в міській і сільській місцевості, з різною структурою сім'ї. Однією з найбільш гострих проблем вітчизняного продовольчого ринку є істотні відмінності в його розвитку по регіонах.

Властивість підприємств створювати вартість значно залежить від ринків, на яких вони конкурують. Тому, щоб визначити основні проблеми, з якими вони стикаються, потрібно добре знати характер ринку, на якому приходиться працювати. Але через складність ринкової кон'юнктури дуже небезпечні будь-які спрощення. Завдяки розумінню основних рушійних сил ринку і завдяки такої організації власної структури, яка дозволить найкращим чином відповідати на виклики ринку, підприємства можуть досягти успіху. Тому виникає потреба розробити методичні підходи до аналізу ринкової кон'юнктури продовольчого ринку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання сутності і основних факторів формування продовольчого ринку займалися багато науковців, зокрема це В.Г. Андрійчук [1; 2], В.І. Бойко [7], П.І. Гайдуцький [3], Г.М. Зінчук [4], І.І. Лотоцький [5], М.Й. Малік [6], П.Т. Саблук [7], В.М. Трегобчук [8], О.Г. Шпикуляк [9], О.М. Шпичак [10] та ін. Однак залишилися невизначеними питання закономірностей формування, розвитку і оцінки продовольчого ринку України.

Мета статті. Розроблення методичних положень і рекомендації дослідження ринкової кон'юнктури продовольчого ринку.

Основні результати дослідження. Проведене дослідження дозволило зробити висновок про те, що поняття «продовольчий ринок» має якісно різні визначення, які відповідають різноманітним трактуванням загального поняття «ринок». Розвиток суджень про зміст категорії ринок від визначення його як місця, де відбувається масовий товарний обмін, до сучасних суджень не дозволили дати його однозначного тлумачення. На сучасному етапі налічується багато неоднозначних формулювань досліджуваної категорії. При цьому недостатня глибина властива тим, які визначають ринок як інститут або механізм, який

використовується людьми для торгівлі, оскільки подібні визначення зводять зміст ринку лише до його організаційної форми.

Одностороннім є розгляд ринку як сукупності існуючих і потенційних покупців товару, яке можна виправдати лише маркетинговим підходом до його вивчення господарюючими суб'єктами. Визначення ринку як сфери обігу, що забезпечує на основі розвинутих товарно-грошових відносин задоволення потреб населення при мінімальних витратах обігу, не розкриває в достатній мірі всієї його сутності, оскільки відображає лише інфраструктурну складову ринку.

Розгляд ринку продовольчих товарів як складової частини економіки, яка охоплює виробництво, розподіл, обмін і споживання продовольчої сировини і продуктів харчування, підкреслює його відтворюваний характер. Слід зауважити, що взаємодія суб'єктів продовольчого ринку лише сприяє забезпеченню безперервності відтворюваного процесу, а не є ним самим.

Найбільш поширене визначення ринку як системи економічних відносин між продавцями і покупцями, якої притримуються багато авторів, лише на перший погляд є бездоганим, оскільки воно не припускає, що в ринкових умовах можуть виникати взаємодії не тільки між продавцями і покупцями, але й усередині даних груп. Наприклад, взаємодія між продавцями, яка формує конкурентне середовище на ринку.

Вищевикладене дозволяє зробити висновок про те, що найбільш доцільним буде визначення продовольчого ринку, як системи просторово спрямованих економічних відносин між виробниками, суб'єктами ринкової інфраструктури і споживачами, а також всередині даних груп, які формують пропозицію і попит на продовольчі товари. Безумовно, таке визначення вимагає ряду подальших уточнень, що дозволяють розкрити повною мірою економічний зміст категорії «продовольчий ринок», яка є складною економічною системою, що складається з численних елементів і зв'язків між ними.

Конкретизуючи поняття продовольчого ринку, необхідно розглянути його первинну структуру, в якій, на наш погляд, слід виділити три основні елементи: суб'єкти продовольчого ринку; об'єкти продовольчого ринку; характер економічних відносин між суб'єктами продовольчого ринку. До суб'єктів продовольчого ринку слід віднести не тільки покупців і продавців, але й виробників продовольчої продукції. При цьому попит на продовольчому ринку проявляється у формі просторово розподілених потреб населення в продуктах харчування, підкріплених його фінансовими можливостями.

Пропозиція на продовольчому ринку проявляється у вигляді просторово розосередженої сукупності продовольчих товарів, які виробники можуть поставити на ринок при тому чи іншому рівні цін. Вона визначається безліччю факторів.

Під об'єктами продовольчого ринку слід розуміти матеріальні блага (товари), які реалізуються виробниками продукції, здатні задовольнити потреби покупців в їжі. Об'єкт купівлі-продажу виступає і головним аргументом необхідності розмежування продовольчого і сільськогосподарського ринків, оскільки на першому можуть бути запропоновані товари, що не мають відношення до сільського господарства взагалі (газовані напої), а на ринку

сільськогосподарської сировини можуть реалізовуватись і непродовольчі товари (корм для худоби, вовна і т. п.).

Останнім елементом структури продовольчого ринку є характер економічних відносин, що виникають між суб'єктами ринку. Мова йде про конкурентне середовище, яке представляє собою змагання виробників і продавців продовольчих товарів за залучення кінцевих споживачів і максимізацію прибутку. В цілому продовольчий ринок у світовому і навіть в державному масштабі відноситься до числа конкурентних. Однак для невеликих територій ступінь конкуренції значно зменшується.

Продовольчий ринок пов'язаний з усіма відтворювальними стадіями в продовольчому господарстві, виконують певні функції: виробництво формує пропозицію, а споживання - попит, розподіл і обмін пов'язують споживання з виробництвом. У товарному виробництві ринок встановлює економічні зв'язки між виробниками, задовольняючи їх особисті та виробничі потреби.

Функціонування продовольчого ринку визначається рядом умов:

- право власності господарюючих суб'єктів на засоби виробництва, землю, вироблені продукти, доходи;
- свобода вибору видів і форм діяльності для будь-якого господарюючого суб'єкта;
- рівноправність суб'єктів різних форм власності;
- свобода ціноутворення, при якій ціна на продукцію, роботи, послуги формується на основі угоди між продавцем і покупцем при мінімізації державного втручання;
- самофінансування: кожен суб'єкт ринкових відносин, знаходячи економічну самостійність, повинен сам покривати фінансові витрати на своє існування і розвиток;
- конкуренція: в ринковій економіці завдяки різноманіттю форм власності і свободі господарської поведінки виникають і автоматично підтримуються умови конкурентної боротьби;
- створення ринкової інфраструктури: товарних бірж, системи оптової та роздрібною торгівлі, маркетингових організацій, фондових і валютних бірж, фінансових інститутів і т. і.

Основні характеристики функціонування продовольчого ринку проаналізовано в табл. 1. Вони показують все різноманіття і складність системи продовольчого ринку.

Кон'юнктурний аналіз ринку дає загальну якісну характеристику його стану (сприятлива або несприятлива кон'юнктура) і визначає кількісні параметри його попиту та пропозиції. Крім цього комплексне дослідження включає аналіз конкурентного середовища, ринкової інфраструктури та інституційної структури ринку, оцінку оптимальності територіального розміщення суб'єктів ринку, міжгалузевих і міжтериторіальних обмінів, а також оцінку ефективності управлінських рішень повноважних органів щодо розвитку даного ринку (рис. 1).

Оцінка відносної привабливості ринкових сегментів повинна спрямовувати підприємства на прийняття рішення про те, в які нововведення їй краще спрямовувати інвестиції і які навички розвивати, щоб досягти високої конкурентоспроможності на даному конкурентному ринку. Систематизація атрибутів-показників розвитку ринку подана в табл. 2.

Таблиця 1. Особливості функціонування продовольчого ринку

Ознака ринку	Характеристика ознаки
Цільова аудиторія	Суб'єктами ринку виступають безпосередньо виробники сільськогосподарської продукції; підприємства, які придбають в аграрних підприємств сільськогосподарську продукцію для подальшого виробничого, особистого споживання або наступного перепродажу, переробки; торгові організації (мережі); споживачі
Конкуренція	На ринку можуть діяти одночасно всі види конкуренції (досконала, монополістична, олігополістична, чиста монополія) Характер конкуренції на більшості продуктових ринків не сприяє гармонічному функціонуванню їх суб'єктів на всіх рівнях.
Характер попиту	Низька (висока, середня) еластичність, сезонний, нестійкий Попит також визначається тим, хто виступає споживачем: виробники продукції чи кінцеві споживачі
Регуляторна політика держави	Чинна законодавча база регулювання ринку сільськогосподарської і харчової продукції є фрагментарною, неповною, характеризується суперечністю і незавершеністю
Інформаційне забезпечення розвитку ринку	Виробники сільськогосподарської і харчової продукції і споживачі не володіють достовірною і своєчасною інформацією щодо кон'юнктури ринку, нових виробничих технологій, каналів збуту продукції.
Розподіл продукції на ринку	Повільне формування схем просування продукції до споживача, торгівля має стихійний характер Для підприємств харчової промисловості важливими складовими просування продукції на ринок є брендінг, створення фірмової торгівлі, реклама, які дорогі. Недостатній розвиток інфраструктурної складової продовольчого ринку.
Інфраструктура ринку	Сформовані інститути ринку не забезпечують такого просування продукції, яка б відповідала інтересам усіх учасників ринку
Мета закупівлі продукції	Забезпечення населення необхідними продуктами харчування, переробка сировини рослинного і тваринного походження Експортна орієнтація продукції виступає джерелом отримання валютних ресурсів.
Продукція	Високий рівень взаємозамінності, унікальність, товари першої потреби, джерело енергетичної цінності високі вимоги до якості, високий рівень диференціації
Ціна	Завищення роздрібних цін на сільськогосподарську продукцію, значні коливання, диспропорції
Характер зв'язків між суб'єктами ринку	Характерна інтеграція виробників харчової продукції із виробниками сільськогосподарської сировини. Розвиток вертикально інтегрованих об'єднань.
Фінансування	Потреба фінансових ресурсів вимагає крупних інвесторів, інвестиційна привабливість окремих ринків низька, інвестиційно-фінансові організації повинні враховувати специфіку окремих ринків.
Види ризиків	Внутрішні та зовнішні ризики відносно діяльності суб'єкта господарювання з урахуванням особливостей розвитку ринку (виробничі, маркетингові, фінансові, валютні, юридичні та кредитні)

Джерело: удосконалено за [11].



Рис. 1. Комплексне дослідження продовольчого ринку

Дослідження ринку пропонується здійснювати у такій послідовності:

1. Аналіз розміру, динаміки і потенціалу розвитку ринку.
2. Дослідження кон'юнктури ринку, сегментація ринку і виділення ключових сегментів.
3. Конкурентний аналіз ринку.
4. Аналіз цін і загальний економічний аналіз ринку.
5. Аналіз структури розподілу або дистрибуції товару на ринку.
6. Аналіз способів реклами, методів просунення і підтримки товарів на ринку.
7. Аналіз попиту, ключових потреб і особливостей поведінки споживачів на ринку.
8. Виявлення головних ринкових і споживацьких тенденцій.

Основними результатами досліджень ринку стають прогнози розвитку продовольчого ринку, оцінка кон'юнктурних тенденцій, виявлення ключових факторів, які визначають стан ринку в даний момент. Особливо важливою є оцінка сили впливу конкретного фактору продовольчого ринку на загальні зміни. Існуючі підходи до аналізу кон'юнктури продовольчого ринку в кінцевому рахунку спираються на визначення співвідношення попиту та пропозиції, які сформовані під впливом сукупності факторів та умов. Попит і пропозиція виступають найголовнішими характеристиками продовольчого ринку. Але їх дослідження має певні особливості.

Прогнози споживання припускають визначення структури ринкового попиту на продовольство і виходять із закону Енгеля, згідно з яким у міру зростання доходів населення відносно знижується їх загальна частка на продовольство. При цьому структурні зрушення в споживанні продуктів відбуваються в напрямку підвищення питомої ваги високоякісного продовольства. Кількісний взаємозв'язок між рівнем споживання окремих продуктів і

Таблиця 2. Систематизація атрибутів розвитку ринку

Структурні компоненти розвитку ринку	Елементи кожного структурного компоненту	Зміст елементів
Інтереси і уподобання споживачів	Робота зі споживачами	Організація взаємозв'язків зі споживачами і орієнтація інновацій на соціально-економічні вимоги споживачів; відкритість каналів інформації для споживачів; загальний обсяг ринку, місткість ринку; зміни споживчого попиту
	Взаємовідносини зі споживачами	Розвиток сфери торгівлі; індивідуалізм і динамізм поведінки споживачів; зміна і диференціація норм, цінностей, життєвих стилів, культури; показник прихильності (лояльності) споживачів
Рівень розвитку ринків	Ринок сировини і матеріалів	Сфера закупки організацією необхідних ресурсів; структура ринку, яка визначається специфікою товарів, кількістю постачальників; організація взаємозв'язків із постачальниками сировини і матеріалів
	Ринок технологій і науково-технічної інформації	Сфера розвитку фундаментальної і прикладної науки, яка визначається за допомогою показників патентно-ліцензійної і науково-технічної діяльності
	Фінансовий ринок	Зовнішнє джерело фінансування і організації: ринок грошей і ринок цінних паперів. Його структурують за різними критеріями: за сферами функціонування (позиковий або кредитний, фондовий, валютний); за терміном обігу фінансових засобів (грошовий ринок – короткостроковий, ринок капіталів – довгостроковий); за стадіями випуску і обертання (первісний ринок, вторинний ринок); по організації торгівлі фінансовими інструментами (організований і неорганізований).
	Ринок праці	Ринок робочої сили, кваліфікованого і некваліфікованого персоналу
	Ринок збуту	Сфера продаж продукту компанії. Облік прямих (пропонують подібний продукт) і непрямих (пропонують продукти субститути) конкурентів. Суттєвий елемент ринку - системи дистрибуції (доставка продукту до кінцевого споживача).
	Ринок бізнесів	Ринок, на якому продаються і покупаються компанії і бізнеси. Основним поняттям цього ринку є капіталізація (тобто ринкова вартість компанії).
Конкуренція і баланс конкурентних сил	Рівень ключових компетенцій	Можливості створювати нові види бізнесу за рахунок творчого комбінування навичок і умінь (технології + навчання + розповсюдження інформації) з точки зору зовнішнього середовища визначається потенціалом ринку і можливостями його зростання
	Рівень ключових продуктів	Можливості бути лідером в розробці нових функціональних характеристик і швидкості розробки продукції з точки зору зовнішнього середовища визначається рівнем технологічної інтенсивності в галузі
	Рівень готових продуктів	Конкуренція за ціною, витратами і якістю (показниками функціонування), боротьба за ринкову частку на ринку З точки зору зовнішнього середовища визначається часткою ринку підприємства в галузі і можливістю її розширення

Джерело: розроблено автором

рівнями доходів і цін, ступенем насичення ринку виявляється за допомогою бюджетних обстежень різних соціальних груп населення.

За допомогою емпіричних досліджень розробляються коефіцієнти еластичності, тобто коефіцієнти зміни споживання окремих видів продуктів в залежності від зміни рівня доходів і деяких інших показників. Такі коефіцієнти можна розрахувати по кожному продукту і в цілому по продуктовому набору. На їх основі складають моделі, які дозволяють з урахуванням поправочних коефіцієнтів зробити розрахунки на перспективу, виходячи з можливого підвищення доходів населення.

Розширення попиту на продукти харчування має певні межі, пов'язані з фізіологічними межами споживання людиною. Зростання попиту в міру наближення його до межі сповільнюється навіть у разі прискореного зростання доходів. Попит на непродовольчі товари та послуги при зростанні доходів може збільшуватися практично безмежно, тобто він еластичний за доходами. Тут не діють фактори, які стримують його збільшення. У зв'язку з цим у промисловості та інших галузях можна більшою мірою покладатися на ринкове саморегулювання кон'юнктури, ніж у сільському господарстві і харчовій промисловості. При зростаючому рівні споживання зростання попиту очікувати важко, оскільки, на відміну від інших секторів споживчого ринку, продовольчий ринок з боку попиту традиційний і більш стійкий.

Не слід однозначно оцінювати еластичність попиту на продукти харчування по доходу. Для різних країн, етапів розвитку і соціальних груп вона буде різною. Наприклад, при дуже низьких доходах, що не досягають навіть прожиткового мінімуму, попит може бути еластичним, при середньому рівні він має приблизно одиничну еластичність, а при високому рівні доходів - нееластичний взагалі. Це обумовлено тим, що в міру наближення споживання до раціональних норм попит насичується і практично перестає зростати.

Прогноз складається спочатку на душу населення, а потім - на всю його чисельність у відповідний період часу. Даний метод з достатнім ступенем точності дозволяє моделювати попит на продукти сільського господарства і прогнозувати тенденції на найближчу перспективу. При прогнозі на більш тривалий термін необхідна зміна коефіцієнтів еластичності, оскільки вони змінюються із зміною доходів населення, характеру і структури попиту. Таким чином, вихідним показником при визначенні майбутнього попиту на сільськогосподарські товари і види продовольства виступає прогнозований рівень доходів населення. Сам по собі рівень доходів є похідним показником від рівня національного доходу, а останній – від обсягу валового продукту. Тому в першу чергу слід прогнозувати зростання найбільш синтетичного показника - валового продукту, а виходячи з нього - валового національного доходу і сукупного споживчого попиту. Валовий продукт є похідним від чисельності зайнятих і продуктивності їхньої праці.

Попит на продовольство прогнозується за схемою «зверху - вниз», тобто спочатку прогнозують показники макrorівня, а потім (через систему коефіцієнтів еластичності попиту) обчислюють обсяг і структуру попиту на продукцію сільського господарства (рис. 2).

Даний метод може бути доповнений прогнозуванням зміни тенденцій попиту під впливом наступних умов: зміни тенденцій у структурі зайнятості (заняття фізичною роботою і розумовою працею); зміни способу життя (користування автомобілем, благоустрій житла,

потреби в одязі, взутті); заміни продуктів сільського господарства синтетичними і штучними волокнами, штучними шкірою і хутром, хімічними заміниками білкових кормів і т. д.

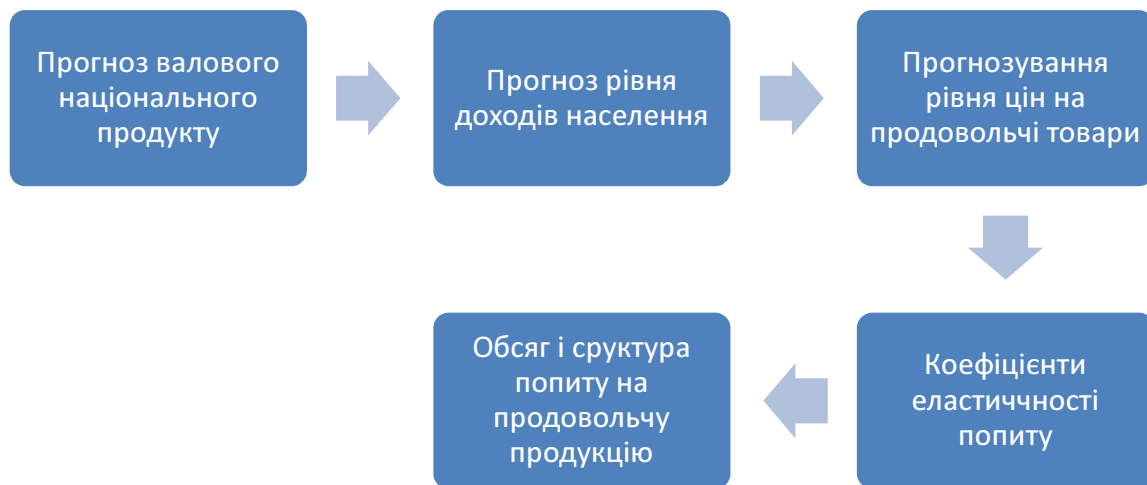


Рис. 2. Процес прогнозування попиту на продовольчі товари

Окрім факторів попиту на формування ринкової кон'юнктури значний вплив робить фактор пропозиції. Його вплив зумовлюється особливостями сільськогосподарського виробництва та аграрного ринку. Дія законів ринку об'єктивно обумовлює стійку, тривалу, несприятливу кон'юнктуру в сільському господарстві, що характеризується перевищенням пропозиції над попитом. Незалежно від фази економічного циклу пропозиція продукції, як правило, перевищує попит. Відновленню ринкової рівноваги і підвищенню кон'юнктури, а відповідно і цін на сільгосппродукцію, перешкоджають, насамперед, фактори попиту:

- в період поживлення і підйому економіки вони надають стримуючий вплив на зростання попиту на продовольство;
- у фазі кризи попит на продовольство падає повільніше ніж на інші товари.

В аграрній сфері ринковий механізм саморегулювання не в змозі забезпечити рівновагу попиту і пропозиції навіть при цінах і доходах, паритетних з промисловістю. Тому необхідне проведення політики державного регулювання продовольчого ринку в сторону розширення попиту і його врівноваження із зростаючою пропозицією.

Із зменшенням доходів витрати на харчування скорочуються абсолютно, але збільшуються відносно. Попит на продовольство може бути розширений і без зростання доходів населення. Держава може сприяти цьому шляхом диференціації доходів населення шляхом введення прогресивної шкали оподаткування доходів, що призведе до їх перерозподілу на користь бідних верств, які мають високу еластичність попиту на харчові продукти.

Ціновий вплив на попит (еластичність за ціною) неоднакові в країнах з різним рівнем розвитку сільського господарства. Наприклад, у країнах Заходу попит на продукти харчування є нееластичним не тільки за доходами, але й за ціною. У цьому виявляється особливість аграрного ринку з насиченим попитом. Нееластичність попиту за ціною

ускладнює дію цінового механізму його регулювання та практично не дає можливості розширити попит навіть за рахунок зниження ціни.

Висновок про нееластичність попиту за ціною неспроможний по відношенню до таких товарів на ринку продовольства, як м'ясо і м'ясопродукти. Низька ступінь забезпеченості цією продукцією обумовлює значну залежність попиту від зміни ціни, чого не можна сказати про хлібопродукти і картоплю.

Незважаючи на збільшення реальних цін на хліб, обсяг його споживання майже не змінився. Звідси випливає висновок, що на ті види продуктів, за якими попит нееластичний за ціною, не можна істотно його розширити за рахунок підвищення цін. Держава може використовувати ціновий вплив для регулювання кон'юнктури ринку продовольства лише до тих пір, поки рівень попиту і фактичне споживання не досягне раціональних норм. У цьому випадку вплив на попит здійснюється через політику бюджетного субсидування і регулювання роздрібних цін на продовольство. Сукупний попит на продовольство може істотно зрости, якщо держава буде субсидувати соціально незахищені верстви населення, попит на продукти харчування у яких еластичний і за ціною, і за доходом.

У період стабільного розвитку, при споживанні продукції нижче нормального рівня, еластичність попиту по доходах була різною у більшості видів продукції, крім хлібних продуктів і картоплі, рівень споживання яких перевищував рекомендовану норму. Найвищий коефіцієнт еластичності припадав на м'ясо і м'ясо-продукти. Це означає, що м'ясо і м'ясні продукти відносяться до тієї категорії продуктів, попит на яку задоволений не повною мірою і тому збільшується при зростанні доходів і, навпаки, скорочується при зменшенні, причому більш швидкими темпами.

Коефіцієнт еластичності за ціною залежить від ряду факторів, найважливішими з яких є:

- можливість заміни (чим більше у товару є товарів-субститутів, тим попит на нього буде відносно більше еластичний);
- питома вага товару в бюджеті споживача (чим він вище, тим вище еластичність попиту на такий товар);
- часовий чинник (попит стає більш еластичним з плином часу);
- доступність товару (чим вище ступінь товарного дефіциту, тим нижче еластичність попиту на даний товар);
- ступінь інтенсивності потреби, що задовольняється даним товаром (щоденна або періодична).

Продовольче забезпечення вимагає прийняття комплексу заходів, що забезпечує фізичну та економічну доступність продовольства. Фізичну доступність продовольства слід гарантувати за допомогою забезпечення наявності в торговельній мережі необхідної для населення кількості та асортименту продовольства, а також поставки його споживачам відповідно до прийнятих норм. Економічну доступність продовольства, характеризує можливість придбання різними соціальними групами населення продовольчих товарів, це можна гарантувати за допомогою підтримки рівноваги цін на продукти харчування і доходів. Достатність продовольчих ресурсів визначається ступенем забезпечення потреб населення на життєво важливі продукти харчування в розмірі споживчого кошику і купівельної спроможності населення.

Таблиця 3. Показники-індикатори дослідження продовольчого ринку

Назва показника	Обчислення	Примітки
Фонд споживання	Фонд споживання формується з урахуванням виробництва, експорту, імпорту, змін запасів і іншого використання продукції.	Основою визначення фонду споживання є схема формування балансів продовольчих ресурсів, яка відповідає міжнародним стандартам та рекомендаціям і базується на концепціях і методологічних підходах їх складання Продовольчою сільськогосподарською організацією ООН (ФАО).
Рівень споживання населенням харчових продуктів на душу населення	Визначається як сукупний показник фактичного споживання окремих видів харчових продуктів в розрахунку на душу населення	Показує наявний рівень споживання населення окремими продуктами, який залежить від багатьох факторів, в основному від ціни і доходу.
Ступінь задоволення споживання окремих продуктів фізіологічним нормам	Визначається як відношення фактичного душевого річного або денного споживання по окремим продуктам до фізіологічних норм.	Показує наскільки населення задовольняє свої фізіологічні потреби окремими продуктами. Наскільки задоволений попит.
Рівень самозабезпечення	Співвідношення виробництва і фонду споживання.	Показує наскільки фонд споживання задовольняється власним виробництвом.
Ступінь незалежності продовольчого ринку (імпортозалежність)	Визначається співвідношенням імпорту до власного виробництва або споживання продукції.	Показує частку імпортних харчових продуктів у загальній структурі їх реалізації або споживання. Імпортозалежність споживання говорить про ту частину попиту вітчизняного споживача, яка задовольняється за рахунок світового ринку. Не повинно перевищувати 30%.
Експортна орієнтація	Визначається як співвідношення експорту і власного виробництва виражене у відсотках.	Цей показник показує, яку частину експорт займає у загальному вітчизняному виробництві продукції. Експортна орієнтація говорить про можливості України задовольняти попит на світових ринках і залучати в економіку країни валютні ресурси.
Рівень зростання середньодушових доходів	Співвідношення рівня доходів населення поточного і попереднього року помножене на 100% - темп зростання доходів.	Показує рівень зростання доходів населення.
Рівні зростання цін	Темпи зростання цін виробників, споживчих цін.	В основному визначає рівень інфляції всередині країни і рівень зростання світових цін.
Купівельна спроможність	Темп зростання доходів населення / Темп зростання споживчих цін	Показує економічну доступність населення до споживання продуктів харчування
Питома вага витрат на споживання окремих продуктів харчування в сукупних витратах домогосподарств	Сума витрат на споживання окремих продуктів харчування / Сума сукупних витрат домогосподарств *100%	Показує цільову спрямованість витрат домогосподарств, за нормами ФАО межа бідності - 50% витрат на харчування в сукупних витратах домогосподарств

Джерело: розроблено автором

Таким чином, одним з найбільш важливих і складних методологічних питань дослідження продовольчого ринку є визначення системи показників-індикаторів аналізу його кон'юнктури. При її виборі повинні враховуватися наступні вимоги: показники повинні бути вимірними, порівнянними, доступними і достовірними; показники повинні всебічно відображати функціонування продовольчого ринку досліджуваної території.

На сьогоднішній день для аналізу і прогнозу кон'юнктури продовольчого ринку використовується широкий перелік показників, які можуть бути розбиті на наступні основні групи: показники виробництва продукції (у сільському господарстві і харчовій промисловості); рівні споживання продукції; показники внутрішнього товарообігу; показники зовнішньої торгівлі; цінові показники; доходи споживачів.

Для оцінки рівня розвитку ринку потрібно використовувати відносні показники, за якими можна порівнювати різні території, регіони або країни. Розвиток продовольчого ринку з урахуванням вимог товаровиробників можна оцінити за наступними показниками-індикаторами (табл. 3).

Висновок. Сучасний ринок продовольчих товарів – економічна система, в якій ринковий механізм – ціна, попит, пропозиція, – є основним засобом координації у сфері виробництва товарів та розподілу їх серед споживачів. Проте ринок продовольства є недосконалим, попит на продовольство задовольняється не за рахунок збільшення виробництва продукції, а формується в умовах невисокої платоспроможності населення, фактичне споживання продуктів харчування не досягає рівня раціональних фізіологічних норм. Водночас відсутній комплексний підхід до вивчення стану ринків продовольства. Для прийняття рішень щодо регулювання ринку в цілому, а також розробки стратегії підприємствами щодо здійснення комерційної діяльності на продовольчому ринку, необхідно регулярне одержання, обробка й аналіз інформації, тобто проведення ринкових досліджень. На це націлена запропонована система показників-індикаторів аналізу продовольчого ринку і його кон'юнктури і методичний підхід до його дослідження.

1. Андрійчук В. Г. *Ефективність діяльності аграрних підприємств : теорія, методика, аналіз: [монографія] / В. Г. Андрійчук. – К.: КНЕУ, 2005.*

2. Андрійчук В. Г. *Капіталізація сільського господарства: стан та економічне регулювання розвитку / В. Г. Андрійчук. – Ніжин: ТОВ “Видавництво “Аспект-Поліграф”, 2007.*

3. Гайдуцький П. І. *Формування та розвиток аграрного ринку / П. І. Гайдуцький // Економіка АПК. - 2004. - № 3.*

4. Зінчук Г. М. *Поняття и виды продовольственного рынка [Електронний ресурс] / Г. М. Зінчук. – Режим доступу: www.gramota.net/materials/1/2011/10/43.html*

5. Лотоцький І. І. *Розвиток оптового продовольчого ринку в Україні / І. І. Лотоцький, Н.І. Дишлюк // Економіка АПК. – 2004. – № 5.*

6. Малік М. Й. *Конкурентоспроможність аграрних підприємств: методологія та механізми : [монографія] / М. Й. Малік, О. А. Нержна. – К.: ННЦ ІАЕ, 2007.*

7. Саблук П. Т. *Економіка виробництва молока і молочної продукції в Україні: [монографія] / П. Т. Саблук, В. І. Бойко, Т. Л. Мостенська [та ін.]. – К.: ННЦ ІАЕ, 2005.*

8. Трегобчук В. М. Продовольча безпека в контексті національної безпеки держави / В. М. Трегобчук. – К.: ІЕ НАНУ, 2006.
9. Штикуляк О. Г. Інституції аграрного ринку / О. Г.Штикуляк. – К.: ННЦ «ІАЕ» УААН, 2009.
10. Штичак О. М. Економічні механізми державного регулювання ринків сільськогосподарської продукції та їх проблеми / О. М. Штичак // Економіка АПК. – 2011. – № 2.