

9. Ансофф И. Стратегическое управление / И. Ансофф ; [сокр. пер. с англ. / научн. ред. и авт. предисл. Л.И. Евенко]. – М. : Экономика, 1989. – 519 с.

Надійшла 21.03.2010

УДК 338.439.5.009.12

І. Б. ЯЦІВ

Львівський національний аграрний університет

ЕЛАСТИЧНІСТЬ ПОПИТУ НА ПРОДОВОЛЬЧІ ТОВАРИ ЯК ЕЛЕМЕНТ КОНКУРЕНТНОГО СЕРЕДОВИЩА

У статті обґрунтовується використання коефіцієнтів еластичності попиту на продовольчі товари в якості характеристик конкурентного середовища. Розглядається методика визначення коефіцієнтів еластичності попиту з використанням матеріалів вибіркового обстеження домогосподарств. За результатами розрахунків зроблені висновки про стан та зміни в конкурентному середовищі.

The using of elasticity demand for food products as characteristics of the competitive environment has been grounded in the article. The technique of demand elasticity definition with use of households' survey sampling materials has been considered. On the basis of the results the calculations conclusions on a condition and changes in the competitive environment have been made.

Ключові слова: конкурентне середовище, еластичність попиту, продовольчі товари.

Вступ

Кожен суб'єкт підприємницької діяльності функціонує в певному конкурентному середовищі, яке активно впливає на нього, змушуючи здійснювати дії, направлені на вирішення поточних проблем, реалізацію стратегії подальшого розвитку. Розглядаючи сутність категорії “конкурентне середовище”, погоджуємося з авторами, котрі трактують його як сукупність ринкових чинників, що визначають функціонування господарюючих суб'єктів [1, с. 7], елементів, які реалізують ринкові взаємодії [2, с. 105]. Дослідження цього середовища є необхідним елементом розробки конкурентної стратегії підприємства, направленої на забезпечення його життєздатності.

Конкурентне середовище охоплює широку сукупність ринкових чинників та інститутів. За визначенням С.К. Реверчука, його формують політика органів державної влади, дії та поведінка суб'єктів господарювання на ринку, діяльність цільових асоціацій та об'єднань [3, с. 15]. Однією з його характеристик є еластичність попиту на товар, що сформувався на відповідному ринку. Визначивши особливості прояву цього попиту, товаровиробник зможе сформувати більш ефективну конкурентну стратегію, спрямовану на досягнення поставлених перед ним цілей. Дослідження еластичності є актуальним суб'єктивним, що формують пропозицію товарів на агропродовольчому ринку, тобто для сільськогосподарських виробників і підприємств харчової промисловості.

Методологічні аспекти дослідження конкурентного середовища розглядаються в працях багатьох вітчизняних економістів. Варто виділити доробок Ю.Б. Іванова, М.Т. Саска, С.І. Савчука, І.В. Смоліна, Н.П. Тарнавської, О.М. Тищенко, О.О. Школьного та інших авторів. Вони розглядають низку принципів і методів дослідження ринкового середовища, пропонують опрацьовувати великий масив статистичної інформації, однак питання еластичності попиту не знаходять у їх працях належного висвітлення.

Проблеми функціонування агропродовольчого ринку досліджуються багатьма вітчизняними й зарубіжними вченими. Серед опублікованих в останні роки праць українських авторів виділимо напрацювання О.А. Біттера, П.П. Борщевського, В.І. Власова, П.Т. Саблука, Г.В. Черевка, О.О. Шевченка та інших вчених. У їх дослідженнях сформульовані основні способи й методи вивчення впливу різних чинників на перебіг ринкових процесів. Певна увага приділяється й питанням еластичності попиту на продовольство, однак відповідні характеристики не ув'язуються безпосередньо з конкурентним середовищем, з особливостями протікання відносин конкуренції на окремих сегментах ринку.

Це обумовлює актуальність розгляду методологічних аспектів дослідження еластичності попиту на продовольчі товари як елемента конкурентного середовища. Тому в представленій статті ставилося завдання висвітлити особливості застосування цієї методики та запропонувати трактування одержаних результатів.

Основний розділ

За математичним визначенням, еластичність – це міра реакції однієї змінної на зміну іншої, виражена як співвідношення відсоткових змін. Таким чином, еластичність попиту показує, на скільки відсотків зміниться попит на товар при зміні показників чинників, що на нього впливають (ціни або доходів споживачів) на один відсоток. Тому для визначення еластичності попиту необхідно встановити рівень зміни впродовж певного періоду чи по різних групах споживачів попиту й чинника, дія якого вивчається.

Традиційно відсоткова зміна показника визначається на основі відношення абсолютної зміни даного показника до його початкової величини. Однак відомий математик і економіст Р. Аллен запропонував визначати відношення зміни попиту, ціни чи доходів споживачів не до початкового показника, а до

середньої точки інтервалу, по якому відбулася зміна. Тоді, наприклад, зміна величини попиту визначатиметься за формулою:

$$\frac{Q_2 - Q_1}{(Q_1 + Q_2) : 2}, \quad (1)$$

де Q_1, Q_2 – величина попиту до і після зміни (по різних групах споживачів чи в різні періоди).

Такий підхід вигідний тим, що є досить гнучким при аналізі еластичності як при збільшенні величини досліджуваних показників, так і при їх зменшенні [4, с. 63]. Методика Р. Аллена залишається досить популярною, і використана в нашому дослідженні еластичності попиту на основні продовольчі товари в Україні. Після незначних математичних спрощень формула для визначення еластичності попиту за доходом (E_Y) набуває вигляду:

$$E_Y = \frac{(Q_2 - Q_1) : (Q_1 + Q_2)}{(Y_2 - Y_1) : (Y_1 + Y_2)}, \quad (2)$$

де Y_1, Y_2 – величина доходу на одну сім'ю (особу) за певну одиницю часу в різні періоди чи по різних групах споживачів.

Еластичність попиту за ціною (E_P) визначається за формулою:

$$E_P = \frac{(Q_2 - Q_1) : (Q_1 + Q_2)}{(P_2 - P_1) : (P_1 + P_2)}, \quad (3)$$

де P_1, P_2 – ціна на товар до і після зміни.

На відміну від інших товарів потреба в продуктах харчування обмежується певними фізіологічними нормами. Попит на них зростає до певної межі незалежно від рівня цін та доходів населення. У той же час вважається, що для підтримання життєдіяльності люди змушені закуповувати необхідний мінімум продовольства навіть при вкрай несприятливому для споживачів рівні цін та зниженню доходів. Тому через виняткове значення для людини продовольчих товарів еластичність попиту на більшість із них (як за ціною, так і за доходом) в цілому є низькою.

Традиційно для визначення попиту на продовольчі товари використовують показники середнього рівня їх споживання на душу населення. Джерелом інформації про параметри споживання продовольства є матеріали Державного комітету статистики України про вибіркові обстеження домогосподарств [5]. Водночас необхідно розрізняти обсяги споживання продуктів харчування і параметри попиту, які відображаються обсягами товарної продукції.

При визначенні еластичності попиту на продовольчі товари доцільно враховувати тільки ту продукцію, яка доходить до споживача через стадію реалізації. Це пов'язано з суттю поняття "попит", який є економічною категорією товарного виробництва і визначається представленою на ринку потребою в товарах. Частина продуктів харчування, спожитих населенням України, виробляється в особистих господарствах і не проходить стадію реалізації, а отже, не має безпосереднього відношення до ринкової конкуренції. Наприклад, у 2008 році на такі продукти харчування припадало 9,4% м'ясопродуктів, 21,1% молочних продуктів, 24,6% яєць, 29,7% овочів, 51,5% картоплі тощо [5, с. 363]. Таку продукцію не враховуємо при розрахунку показників еластичності попиту.

Розглянемо особливості методики визначення еластичності попиту на продовольчі товари на прикладі однієї з основних продовольчих груп – м'яса і м'ясопродуктів (табл. 1). Використовуючи інформацію в розрізі децильних груп домогосподарств України за рівнем середньодушових загальних доходів, проаналізуємо залежність зміни попиту від зміни грошових доходів і загальних доходів з розрахунку на одну особу на місяць.

Для розрахунків використана формула 2. Враховувались зміни в доходах і обсягах споживання продукції між сусідніми децильними групами. По четвертій децильній групі отримані від'ємні показники еластичності попиту на м'ясо, які, очевидно, не відповідають дійсності. Така ситуація не свідчить про помилки в методиці дослідження, вона нерідко зустрічається в зарубіжній практиці [6, с. 155], мала місце й у наших попередніх дослідженнях [7 с. 97]. Тому аналітичну цінність має, насамперед, встановлення узагальнюючих по сукупності індикаторів і закономірностей, а не окремих часткових показників.

Коефіцієнти еластичності у всій сукупності визначені як середня арифметична зважена з міжгрупових коефіцієнтів з урахуванням часток населення в окремих децильних групах, встановлених на основі середніх розмірів домогосподарств. Окрім того, можна простежити зміни в еластичності попиту в сім'ях з різним рівнем достатку. Помітно, що із збільшенням доходів показники еластичності попиту на м'ясо зменшуються.

На нашу думку, точніше поведінку споживачів на ринку характеризує коефіцієнт еластичності попиту за грошовими доходами, оскільки вони є джерелом фінансування придбання продукції. Загальні доходи, окрім грошових, охоплюють серед інших і вартість спожитої продукції натурального виробництва, яка, звичайно ж, також позначається на активності споживачів у разі купівлі продовольчих товарів. Втім, проведені нами розрахунки не зафіксували значних розбіжностей між обома показниками.

Офіційна інформація Держкомстату щодо доходів і витрат домогосподарств не дозволяє нам безпосередньо застосовувати для оцінки еластичності попиту за ціною формулу 3. Однак певні висновки

щодо особливостей поведінки споживачів на ринках окремих продовольчих товарів можна зробити, визначивши середню ціну 1 кг придбаних продуктів харчування (матеріали обстеження домогосподарств дозволяють розрахувати відповідні показники).

Таблиця 1

Розрахунок коефіцієнтів еластичності попиту на м'ясо за доходом в Україні, 2008

Децильна група домогосподарств за середньодушовими загальними доходами	Споживання придбаних м'ясопродуктів на одну особу на місяць, грн.	Грошові доходи на одну особу на місяць, грн.	Загальні доходи на одну особу на місяць, грн.	Коефіцієнт еластичності попиту, розрахований на основі		Середня ціна 1 кг придбаних м'ясопродуктів, грн.
				Грошових доходів	загальних доходів	
Перша	2,1	401,19	460,17	х	х	22,64
Друга	2,9	579,25	641,39	0,88	0,97	22,69
Третя	3,6	684,95	746,79	1,30	1,42	23,97
Четверта	3,4	766,53	836,58	- 0,52	- 0,51	25,25
П'ята	4,0	855,55	928,02	1,47	1,56	25,30
Шоста	4,2	955,02	1026,44	0,44	0,48	25,58
Сьома	4,5	1083,79	1158,08	0,54	0,57	26,49
Восьма	5,0	1237,32	1322,11	0,80	0,80	27,56
Дев'ята	5,7	1511,05	1589,49	0,65	0,71	29,02
Десята	6,6	2437,21	2511,06	0,31	0,32	31,90
У сукупності	4,1	977,48	1047,23	0,67	0,72	25,86

* Розраховано за даними джерела [5]

Зокрема, у табл. 1 наведені показники середньої ціни 1 кг м'ясопродуктів, придбаних споживачами в розрізі децильних груп домогосподарств України. Помітно, що диференціація цін на м'ясні продукти, придбані споживачами з нижчими доходами, значно менша, аніж на продукцію, придбану сім'ями з вищими доходами. Сім'ї з нижчим достатком по мірі зростання своїх доходів прагнуть збільшити рівень споживання м'яса, однак намагаються при цьому зекономити на ціні, орієнтуючись на дешевший товар і, очевидно, нижчої якості. Натомість сім'ї з вищим достатком звертають більшу увагу на якісну й ціннішу за споживчими характеристиками продукцію. Ця інформація важлива для тих виробників м'ясопродуктів, які здійснюють пошук зручної для себе конкурентної стратегії.

Коефіцієнти еластичності попиту на основні продовольчі товари за доходами споживачів наведені в табл. 2. Вищий коефіцієнт еластичності свідчить про нижчий рівень задоволення потреб споживачів у відповідному товарі. Підвищеною еластичністю попиту характеризуються м'ясопродукти, фрукти і ягоди. Зважаючи на те, що фактичний рівень споживання цих продуктів значно менший за раціональні (рекомендовані) норми, варто розраховувати на подальше збільшення попиту на них, а отже, доцільно планувати збільшення обсягів їх виробництва. Особливо перспективною є орієнтація на виробництво відносно дешевої продукції із стандартними (типовими) характеристиками. Та при цьому слід враховувати конкуренцію зі сторони дешевого імпорту.

Таблиця 2

Коефіцієнти еластичності попиту на основні продовольчі товари за грошовими доходами в Україні*

Продовольчий товар	2005 р.	2006 р.	2007 р.	2008 р.
М'ясо і м'ясопродукти (в перерахунку на м'ясо)	1,22	1,37	0,66	0,67
Молоко, молокопродукти та масло (в перерахунку на молоко)	0,77	1,09	0,46	0,51
Яйця	0,54	0,79	0,27	0,33
Хліб і хлібні продукти	0,28	0,36	0,05	0,14
Олія та інші рослинні жири	0,44	0,50	0,20	0,20
Фрукти, ягоди, горіхи, виноград	1,07	1,78	0,75	0,90
Картопля	0,54	0,94	0,30	0,34
Овочі і баштанні	0,73	1,88	0,53	0,54
Цукор	0,55	0,77	0,24	0,24

* Розраховано за даними статистичних збірників "Витрати і ресурси домогосподарств України" за відповідні роки

Найнижчий рівень еластичності попиту характерний для хлібопродуктів, олії, цукру. Український ринок в останні роки був достатньо насичений цими товарами, рівень їх споживання перевищував

рекомендовані норми. Нарощувати виробництво зерна й соняшникової олії варто, лише орієнтуючись на експорт. Оскільки відповідна продукція відносно однорідна за якістю, перспективною є стратегія мінімізації витрат. Особливо актуальна вона для ринку цукру.

Рівень споживання молочних продуктів і яєць населенням України можна оцінити як недостатній. У той же час коефіцієнти еластичності попиту за доходом на відповідні товари серед інших видів продовольства відносяться до групи середніх за величиною. Це свідчить, з одного боку, про доцільність (для виробників) і необхідність (для суспільства) збільшувати обсяги пропозиції цих товарів на вітчизняному ринку. З іншого боку, споживачі досить прискіпливо оцінюють якість і ціну молочних продуктів та яєць, і ця характеристика конкурентного середовища повинна враховуватись виробниками.

Середніми за величиною є коефіцієнти еластичності попиту на овочі та картоплю. Рівень їх споживання населенням України є доволі високим, а по картоплі – перевищує раціональну норму. Незважаючи на це, спостерігається тенденція до підвищення ринкового попиту на ці продукти. Річ у тім, що зменшується частка спожитих картоплі й овочів, вироблених в особистих підсобних господарствах як у динаміці, так і по мірі підвищення доходів споживачів. Наприклад, у 2008 році частка спожитої картоплі, виробленої в особистому господарстві, зменшилася з 63,4% у першій децильній групі домогосподарств України за рівнем середньодушових загальних доходів до 31,9% у десятій групі, овочів і баштанних – відповідно з 41,1% до 17,5% [5, с. 363]. Кількісне зростання попиту на картоплю й овочі відбувається за рахунок тих груп споживачів, для яких важливим є спосіб придбання та якість продукції. У такому конкурентному середовищі перспективною є стратегія формування зручного для покупця каналу реалізації, виокремлення сільськогосподарськими підприємствами картоплярства й овочівництва в галузі спеціалізації.

Постійна ротація кола обстежуваних домогосподарств дещо знижує аналітичну цінність відображення коефіцієнтів еластичності попиту в динаміці. Водночас тенденція до їх зниження є досить помітною. Вона свідчить про підвищення рівня задоволення потреб населення України в основних продовольчих товарах, а отже – про зростання конкуренції між їх виробниками. Підвищується значення грамотно підібраних цими виробниками конкурентних стратегій, зокрема, стратегій диференціації та фокусування.

Висновки

Коефіцієнти еластичності попиту на продовольчі товари виступають однією з характеристик конкурентного середовища, в якому доводиться функціонувати їх виробникам. Зниження коефіцієнтів еластичності попиту за доходом свідчить про підвищення рівня конкуренції на сегментах ринку, зростання вимог споживачів до якості продовольчих товарів, способів (каналів) їх продажу. Диференціація цін на закуплені товари залежно від доходів споживачів відображає особливості прояву в конкурентному середовищі цінового чинника.

Коефіцієнти еластичності попиту, розраховані на основі використання матеріалів вибіркового обстеження домогосподарств України, доповнюють характеристики стану конкурентного середовища та змін, що відбуваються в ньому. Це дозволяє підвищити рівень обґрунтованості розроблених виробниками конкурентних стратегій.

Література

1. Забезпечення конкурентоспроможності і економічного зростання в регіональному АПК : монографія / [Т. В. Апостолова, І. Д. Бурковський, Я. В. Бунзяк та ін.] ; за ред. І. І. Червена, Л. А. Євчук ; Миколаївський держ. аграрний ун-т. – Миколаїв : [б. в.], 2005. – 440 с.
2. Савчук С. И. Основы теории конкурентоспособности : [монография] / Савчук С. И. – Мариуполь : Рената, 2007. – 520 с.
3. Реверчук С. К. Основы теории экономической конкуренции : [навч. посіб.]. / Реверчук С. К., Сива Т. В., Реверчук Л. С. – К. : Знання, 2007. – 271 с.
4. Долан Э. Дж. Микроэкономика / Э. Дж. Долан, Д. Линдсей ; [пер. с англ.]. – СПб. : [б. и.], 1994. – 448 с.
5. Витрати і ресурси домогосподарств України (за даними вибіркового обстеження умов життя домогосподарств України) : стат. зб. ч. I / Державний комітет статистики України. – К. : [б. в.], 2009. – 434 с.
6. Трейси М. Сельское хозяйство и продовольствие в экономике развитых стран: Введение в теорию, практику и политику / Трейси М.; [пер. с англ.]. – СПб. : Экономическая школа, 1995. – 431 с.
7. Яців І. Б. Регіональний ринок м'яса: ефективне функціонування і перспективи розвитку : [монографія] / І. Б. Яців, С. Ф. Яців. – Львів : Арал, 2008. – 185 с.

Надійшла 24.03.2010