

НЕОБХІДНІСТЬ ВСЕБІЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ КОН'ЮНКТУРИ РИНКУ СПОЖИВЧИХ ТОВАРІВ

Дутко М. Є.¹, Самотоєнкова О. В.²

¹ — студент, кафедра статистики,

² — канд. екон. наук, доцент, кафедра статистики
Одеський національний економічний університет, м. Одеса

АНОТАЦІЇ

Дутко М. Є., Самотоєнкова О. В. Необхідність всебічного дослідження кон'юнктури ринку споживчих товарів. Обґрунтовано необхідність дослідження кон'юнктури ринку споживчих товарів. Розглянуто фактори, що впливають на попит споживчих товарів. Проаналізовано динаміку та регіональні особливості роздрібного товарообороту. Виявлено взаємозв'язок між рівнем роздрібного товарообороту та рівнем доходів населення.

Ключові слова: кон'юнктура ринку, ринок споживчих товарів, роздрібний товарооборот, попит та пропозиція, еластичність попиту.

Дутко М. Е., Самотоєнкова Е. В. Необходимость всестороннего исследования рынка потребительских товаров. Обоснована необходимость исследования рынка потребительских товаров. Рассмотрены факторы, влияющие на спрос потребительских товаров. Проанализирована динамика и региональные особенности розничного товарооборота. Выявлена взаимосвязь между уровнем розничного товарооборота и уровнем доходов населения.

Ключевые слова: конъюнктура рынка, рынок потребительских товаров, розничный товарооборот, спрос и предложение, эластичность спроса.

Dutko M. E., Samotoenkova E. V. The need for a comprehensive study of the consumer market. The necessity of market research of consumer goods. The factors influencing the demand of consumer goods. The dynamics and the regional characteristics of the retail trade.

Keywords: market conditions, the market of consumer goods, retail trade turnover, supply and demand, the elasticity of demand..

ПОСИЛАННЯ НА РЕСУРС

Дутко, М. Є. *Необхідність всебічного дослідження кон'юнктури ринку споживчих товарів* [Текст] / М. Є. Дутко, О. В. Самотоєнкова // Статистика – інструмент соціально-економічних досліджень : матер. конф. — Одеса, ОНЕУ. — С. 6 – 12.

Ринок споживчих товарів забезпечує потреби домогосподарств в продовольчій і непродовольчій продукції іноземного та вітчизняного виробництва і в економіці України є одним з найбільших. Ринок вітчизняних споживчих товарів є складовою частиною внутрішнього ринку України і тому дослідження цього сектору є досить важливим.

Збільшення обсягу продажу вітчизняних споживчих товарів є свідченням зростання продуктивності національної економіки, тому що ці товари мають найбільшу додану вартість порівняно із сировиною та напівфабрикатами, використаними для їх виготовлення.

Актуальність дослідження полягає у необхідності всебічного дослідження кон'юнктури ринку споживчих товарів в Україні, як одного з найважливіших секторів національної економіки, що характеризує рівень економічного та соціального розвитку суспільства.

За обсягом внутрішнього ринку Україна не поступається переважній більшості країн світу. У системі міжнародних порівнянь за критерієм "розмір внутрішнього ринку" вона посіла 30-те місце серед 133 країн світу. Водночас за обсягом внутрішнього ринку, розрахованим на 1 особу населення, Україна значно поступається європейським державам, що свідчить про невисокий рівень купівельної спроможності споживачів.

Формування і розвиток ринку споживчих товарів, його роль і місце в ринковій економіці викликали значний інтерес у економістів. Наукові основи дослідження цих проблем закладені в працях класиків політичної економії - А. Сміта, Д. Рікардо, Ж.-Б. Сея, К. Маркса та інших. Проблемам ринку і ринкової економіки присвячені сучасні зарубіжні публікації С. Фішера, Р. Дорнбуша, К.Р. Макконнелла, Е.Дж. Долана та інших.

Основою стимулювання активності підприємств на ринку вітчизняних споживчих товарів є здатність отримувати прибутки. Збільшення їх величини, як правило, відбувається в результаті двох подій на ринку: зростання рівня цін на вітчизняні споживчі товари або зменшення витрат вітчизняних товаровиробників на виготовлення одиниці товарної продукції. Окреме значення має дефіцит вітчизняних сировинних ресурсів. Зменшення виробництва на внутрішньому ринку сировинної продукції призводить до підвищення рівня цін на неї та зростання собівартості товарів кінцевого споживання.

Пропозиція споживчої продукції має тенденцію до зростання лише у випадку достатніх інвестиційних ресурсів на підприємствах, що її виготовляють. Проте в Україні на шляху оновлення виробничих потужностей вітчизняних підприємств виникли перешкоди. Це, насамперед, втрата довіри населення до банківської системи, також зростання ризиків кредитування вітчизняних підприємств.

Статистичне вивчення ринків полягає у виявленні кількісних і якісних процесів, під впливом яких формується і розвивається ринок; зв'язків між ними, закономірностей і тенденцій їх розвитку, а також факторів, під впливом яких складаються ті чи інші співвідношення.

Вивчення ринків окремих товарів здійснюється для найбільш повного врахування співвідношення між попитом населення і товарними пропозиціями певних галузей виробництва.

Кон'юнктура ринку або ринкова кон'юнктура - це конкретна економічна ситуація, яка має місце на ринку на даний момент часу.

Поняття ринкової ситуації включає: ступінь збалансування ринку (співвідношення попиту і пропозиції); тенденції розвитку ринку; рівень стійкості або коливання головних параметрів ринку; масштаби ринкових операцій та ступень ділової активності; рівень комерційного (ринкового) ризику; силу та розмах конкурентної боротьби [3, с.157].

Головна мета вивчення кон'юнктури ринку – визначити характер і ступень його збалансування, перш за все співвідношення попиту і пропозиції.

Попит на споживчому ринку залежить від цілого ряду факторів, до яких відносяться: демографічні (чисельність і приріст населення, його статевो-літня і соціальна структура, територіальне розміщення, міграційні процеси, розмір і склад родини, культурний рівень, урбанізація); соціально-економічні (доходи, ціни, інфляція, зайнятість, безробіття, професійний склад робітників, купівельна спроможність споживача); географічні та кліматичні; національні особливості; психологічні, політичні умови.

За даними статистичних щорічників України проаналізуємо динаміку обсягу роздрібного товарообороту в діючих і порівняних цінах (таблиця 1).

Таблиця 1

Динаміка роздрібного товарообороту в діючих та порівняних цінах

Рік	Роздрібний товарооборот, в діючих цінах млн. грн.	Індекс товарообороту в діючих цінах	Індекс споживчих цін, %	Індекс роздрібного товарообороту в порівняних цінах (індекс фізичного обсягу товарообороту)
2008	246,9	1,386	125,2	1,107
2009	231,0	0,936	115,9	0,808
2010	280,9	1,216	109,4	1,112
2011	350,1	1,246	108,0	1,154
2012	405,1	1,157	100,6	1,150
2013	433,1	1,069	99,7	1,072

Результати таблиці 1. свідчать, що у 2009 році спостерігалось зменшення роздрібного товарообороту, а далі протягом останніх років відбувалося постійне збільшення роздрібного товарообороту в Україні. Найбільше зростання обсягу роздрібного товарообороту відбулося у 2011 році, в діючих цінах він збільшився на 24,6% і, навіть враховуючи підвищення споживчих цін на 8,0%, фізичний обсяг роздрібного товарообороту збільшився на 15,4%.

Зменшення фізичного обсягу роздрібного товарообороту відбулося тільки у 2009 році, найбільш кризовому році в Україні. Тоді обсяг проданих товарів на споживчому ринку зменшився на 19,2%. Але вже з 2010 року роздрібний товарооборот почав зростати як у діючих, так і в порівняних

цінах. У 2013 році порівняно з 2012 роком кількість проданих товарів на споживчому ринку України зросла на 7,2%.

Еластичність попиту на споживчі товари – явище специфічно ринкове, обумовлене проявом дії закону ринку. Сутність еластичності попиту полягає в надзвичайній його гнучкості і мінливості, залежно від впливу різних соціально-економічних чинників, в першу чергу таких, як ціна і грошовий дохід.

Для оцінки взаємозв'язку між рівнем роздрібного товарообороту на душу населення і рівне грошових доходів населення були розраховані коефіцієнти еластичності, які показують, на скільки відсотків збільшиться рівень середньодушового товарообороту при збільшенні доходів населення на 1%. Результати розрахунку коефіцієнтів еластичності наведено у таблиці 2.

Таблиця 2

Роки	Середній товарооборот на душу населення, грн.	Середній дохід на душу населення, грн.	Коефіцієнт еластичності, %
2010	6123	18485,6	0,772
2011	7659	21637,9	1,471
2012	8885	23931,1	1,517
2013	9520	26167,5	0,765

За результатами таблиці 2 можна відмітити, що у 2010 році попит на споживчі товари був слабо еластичним, оскільки коефіцієнт еластичності менше одиниці, тобто при збільшенні грошових доходів населення на 1% роздрібний товарооборот на душу населення збільшувався на 0,772%. Ситуація на ринку споживчих товарів змінилась у 2011 і 2012 роках, коефіцієнт еластичності складав відповідно 1,471% та 1,517%, тобто при збільшенні грошових доходів населення на 1% роздрібний товарооборот на душу населення збільшувався на 1,471% і 1,517%. У 2013 році коефіцієнт еластичності значно зменшився.

Кон'юнктура ринку споживчих товарів характеризується також зміною споживчих цін на продовольчі та непродовольчі товари. На основі даних статистичних щорічників України побудовано лінійну діаграму зміни споживчих цін в цілому та зміни цін на продукти харчування в Україні за 2008-2013 роки (рис 1).

На рис.1 бачимо, що протягом п'яти років відбувається уповільнення зростання споживчих цін та цін на продукти харчування.

З метою аналізу диференціації регіонів України за рівнем роздрібного товарообороту на душу населення, проведено статистичне групування регіонів за цією ознакою у 2010 і 2013 роках. При цьому було виділено три групи регіонів: з низьким, середнім і високим рівнем середньодушового роздрібного товарообороту.

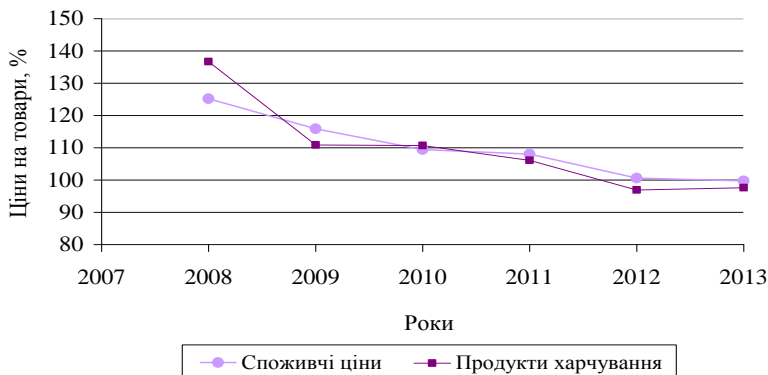


Рис. 1. Динаміка темпів зростання споживчих цін на товари в Україні за 2008 – 2013 роки

Результати аналітичного групування регіонів України за рівнем роздрібного товарообороту на душу населення у 2013 році наведено у таблиці 3 і на рис. 2.

Таблиця 3

Групування регіонів України за рівнем роздрібного товарообороту на душу населення

Групи регіонів за рівнем роздрібного товарообороту на душу населення, грн.	Кількість регіонів	Середній розмір роздрібного товарообороту на душу населення, грн.	Питома вага регіонів групи у загальній кількості регіонів, %
5293-7886	18	6383,78	72,0
7886-10479	4	8325,00	16,0
10479-13072	3	12190,67	12,0
Разом	25	-	100,0

На основі отриманих результатів у табл. 3 можна сказати, що найбільша група регіонів України за рівнем роздрібного товарообороту на душу населення, це група з низьким рівнем 5293-7886 грн., в яку входить 18 областей і яка складає 72,0% від загальної кількості областей. Середній рівень роздрібного товарообороту у цій групі склав 6383,78 грн.

У групу з високим рівнем середньодушового товарообороту увійшли у 2013 році всього 3 регіони – це Дніпропетровська, Київська і Одеська області. Середній рівень роздрібного товарообороту у цій групі складав 12190,67 грн., що на 91,0% більше, ніж у першій групі.

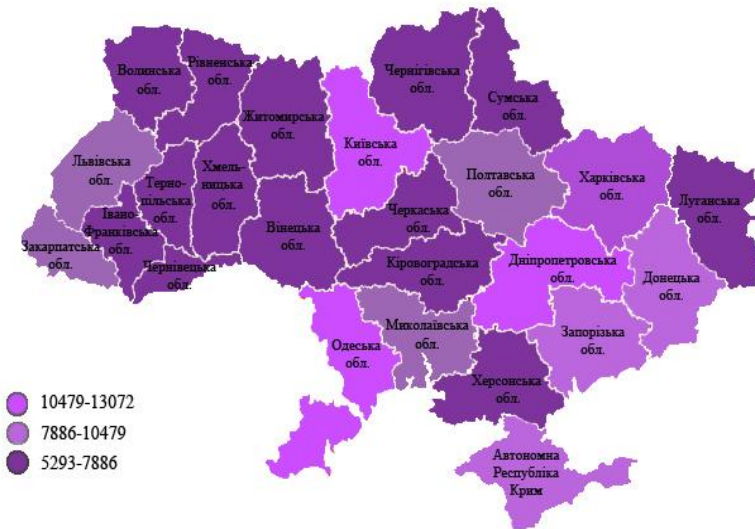


Рис. 2. Картограма регіонів України за рівнем роздрібного товарообороту на одну особу у 2013 році

Слід відмітити, що найбільший рівень роздрібного товарообороту на душу населення в Україні у 2013 році спостерігався в Київській області – 13072 грн., а самий найнижчий, як і в 2010 році, в Сумській області – 5293 грн. Рівень середньодушового товарообороту у Київській області в 2,5 рази перевищує рівень у Сумській області, що свідчить про значну диференціацію регіонів України за рівнем товарообороту на душу населення. Для аналізу динаміки середнього рівня роздрібного товарообороту на душу населення з урахуванням його рівня в групах населення міської та сільської місцевості, використовуємо індексний метод, зокрема систему індексів змінного складу, фіксованого (постійного) складу та впливу структурних зрушень.

За результатами розрахованих індексів можна зробити такі висновки. У 2013 році у порівнянні з 2012 роком середній рівень роздрібного товарообороту на душу населення в Україні збільшився на 7,1%, це відбулося під впливом двох факторів: за рахунок зміни товарообороту на душу населення в окремих групах за типом місцевості середній товарооборот збільшився на 7,0%, а за рахунок зміни у структурі населення за типом місцевості середній товарооборот збільшився на 0,1%.

Основою поживлення ділової активності на внутрішньому ринку споживчих товарів є попит споживачів, величину якого характеризує статистичний показник роздрібного товарообороту. В Україні динаміку попиту на ринку споживчих товарів визначають насамперед нецінові чинники, тобто очікування споживачів щодо зміни доходів у майбутньому, їхня заборгованість за покупки, зроблені в попередні періоди, зміни у величині

податків тощо.

Під впливом світової економічної кризи продукція вітчизняних підприємств дістала цінові переваги над іноземними аналогами, а девальваційний резерв створив нові потужні стимули для збільшення обсягів виробництва на внутрішньому й зовнішньому ринках. Це дає Україні можливість змінити структуру товарного виробництва на користь продукції кінцевого споживання, що має велику додану вартість. При цьому внутрішній ринок варто розглядати як "платформу" для економічної експансії кон'юнктури ринків споживчих, інвестиційних товарів і послуг інших країн.

Виконання такого масштабного завдання передбачає, що товарний сектор економіки України в середньостроковій перспективі почне зростати переважно за рахунок найбільших внутрішніх ринків вітчизняної високотехнологічної кінцевої продукції.

ЛІТЕРАТУРА

1. Борух, В. О. Економічна статистика: Навч. посіб. – К.: Кондор, 2006.
2. Голуб, Л. А. Социально-экономическая статистика: Учеб. пособие. - М.: ВЛАДОС, 2003.
3. Підгорний, А. З. Статистика ринку товарів і послуг: навчальний посібник / А. З. Підгорний, О. В. Самоєнкова. - Одеса: ОДЕУ, 2008. – 238 с.
4. Підгорний, А. З. Статистика ринків: навчальний посібник / А. З. Підгорний, О. В. Самоєнкова. - Одеса: Атлант, 2015. – 408 с.
5. Самоєнкова, О. В. Оцінка показників соціально-економічної ефективності ринкових процесів / О. В. Самоєнкова // Вісник соціально-економічних досліджень: зб. наук. пр. / ред. М. І. Зверяков; Одеський держ. екон. ун-т. – Одеса, 2006. – Вип. 23. - С. 287- 291.
6. Самоєнкова, О. В. Статистичний моніторинг кон'юнктури товарного ринку / О. В. Самоєнкова // Вісник соціально-економічних досліджень: зб. наук. пр. / ред. М. І. Зверяков; Одеський держ. екон. ун-т. – Одеса, 2008. - Вип. 31. - С. 324-330.
7. Самоєнкова, О. В. Економічна статистика: навчальний посібник / О. В. Самоєнкова, Ю. О. Ольвінська. - Одеса: ОДЕУ, 2010. – 182 с.
8. Статистика підприємництва: Підручник / За ред. проф. П.Г. Вашківа, В.П. Сторожука. – К: 2002.
9. Статистичний щорічник України за 2013 рік: Державна служба статистики. – К: 2014.
10. Ольвінська, Ю. О. Конкурентоспроможність національної економіки як фактор інвестиційної привабливості / Ю. О. Ольвінська, О. І. Селезньов // Вісник соціально-економічних досліджень: зб. наук. пр. / ред. М. І. Зверяков; Одеський держ. екон. ун-т. – Одеса, 2004. – Вип. 17. – С. 295-301.
11. Самоєнкова, О. В. Економічна статистика : навчальний посібник / О. В. Самоєнкова, Ю. О. Ольвінська. – Одеса : ОДЕУ, 2010. – 182 с.