

Оглавление

Доклады конференции на русском языке

Секция 5. Экономические науки

**ПРОБЛЕМЫ ОРГАНИЗАЦИИ СБЫТОВОЙ
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ
ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ**

Паска Игорь Николаевич

**ИННОВАЦИОННЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ОРГАНИЗАЦИИ
В СТАТИСТИЧЕСКОМ ИНСТРУМЕНТАРИИ,
КАК КРИТЕРИЙ ОЦЕНКИ ИННОВАЦИОННОЙ
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

Романов Сергей Владимирович

**ИНВЕСТИЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ МОДЕРНИЗАЦИИ
ТЕХНИЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА МОЛОЧНОГО
СКОТОВОДСТВА**

Сатир Лариса Михайловна

**ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ
К ОБЕСПЕЧЕНИЮ ТЕХНИЧЕСКИМИ РЕСУРСАМИ
СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ**

Скоцик Виталий Естахович

**РОЛЬ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ
В ФОРМИРОВАНИИ РЕСУРСНОГО ПОТЕНЦИАЛА
АГРОСФЕРЫ УКРАИНЫ**

Сокольская Татьяна Викторовна

**ОСНОВНЫЕ ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ РЫНКА
ЦЕННЫХ БУМАГ В РОССИИ И ЕЕ РЕГИОНАХ**

Фетисов Валерий Андреевич

**СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ
КАДРОВОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ
СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ УКРАИНЫ**

Хоменко Олег Николаевич

Даниленко Анатолий Степанович

**ХАРАКТЕРИСТИКА ОСНОВНЫХ ГРУПП
ПОТРЕБИТЕЛЕЙ НА РЫНКЕ ЖИВОТНОВОДЧЕСКОЙ
ПРОДУКЦИИ УКРАИНЫ**

Цихановская Виктория Михайловна

Секция 6. Философские науки	57
ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ИННОВАТИКИ КАК НАУКИ И КАК ПРАКТИКИ Другова Елена Анатольевна	57
ВЕРНАДСКИЙ В.И. О СООТНОШЕНИИ ФИЛОСОФИИ И НАУКИ Моуравов Алан Лазаревич	62
Секция 7. Филологические науки	68
СОВРЕМЕННЫЙ МУЗЫКАЛЬНЫЙ ДИСКУРС И ГЛОБАЛЬНОЕ РАСПРОСТРАНЕНИЕ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА Алешинская Евгения Владимировна	68
ОСОБЕННОСТИ ВЕРБАЛИЗАЦИИ КОНЦЕПТА- АРХЕТИПА WATER В ПРОЗЕ У. ГОЛДИНГА Гринько Ольга Сергеевна	72
ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКИХ ЕДИИЦ С КОМПОНЕНТОМ «ЖИВОТНЫЕ И ПТИЦЫ» В РУССКОМ И НЕМЕЦКОМ ЯЗЫКАХ Гордеева Тамара Григорьевна Лузенина Ирина Николаевна	79
КОРРЕЛЯЦИЯ ТЕЛЕВИЗИОННОЙ РЕЧИ С ДРУГИМИ ТИПАМИ ИНСТИТУЦИОНАЛЬНОГО ДИСКУРСА Дзыкович Ольга Владимировна	87
СТРОЕНИЕ ИМЕННЫХ ГРУПП В АНГЛИЙСКОМ НАУЧНОМ ТЕКСТЕ И СПЕЦИФИКА ИХ ПЕРЕВОДА Ишбулатова Нурия Ишдавлетовна Нехорошкова Лариса Павловна	91
ФОРМИРОВАНИЕ ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧЕСКИХ КАЛЕК В ПРОЦЕССЕ АДАПТАЦИИ НЕМЕЦКИХ ЗАИМСТВОВАНИЙ В РУССКОМ ЯЗЫКЕ XVII—XVIII вв. Кувшинова Наталия Мефодьевна	97
ОСОБЕННОСТИ АКТУАЛИЗАЦИИ АКСИОЛОГИЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА НЕМЕЦКИХ ПОЛИТИЧЕСКИХ НЕОЛОГИЗМОВ Моисеева Наталия Олеговна	104
АСПЕКТ ЛИЧНОСТИ В ЖАНРЕ РОМАНА Смолянчук Наталия Валерьевна	109

3. Модернізація освіти в Україні: аналітичний огляд результатів всеукраїнського опитування керівників загальноосвітніх навчальних закладів у 2004 р. / [за заг. ред. О. Овчарук]. — К.: К.І.С., 2004. — 32 с.
4. Олійник О.В. Економічний механізм сталого розвитку сільсько-господарських підприємств: [монографія]. / О.В. Олійник, Г.С. Морозова. — Х.: «Місьдрук», 2012. — 272 с.
5. Шкурка М.С. Розвиток українського села: історичні аспекти та сучасні проблеми // Економіка АПК. — 2007. — № 8. — С. 136—143.

ХАРАКТЕРИСТИКА ОСНОВНЫХ ГРУПП ПОТРЕБИТЕЛЕЙ НА РЫНКЕ ЖИВОТНОВОДЧЕСКОЙ ПРОДУКЦИИ УКРАИНЫ

Цихановская Виктория Михайловна

*доцент Винницкого национального аграрного университета,
г. Винница, Украина*

Потребительский спрос как экономическая категория характеризуется определенными факторами, формированию и изменению спроса свойственны закономерности, которые могут быть выражены количественно; закономерности формирования и изменения спроса определяются в результате проведения комплексного анализа количественных и качественных данных. Следовательно, количественная и качественная характеристика потребительского спроса обусловлена взаимосвязывающими факторами, которые образуют сложную систему.

По результатам исследований отечественных и зарубежных ученых [1—3], нами выделены факторы, определяющие спрос.

1. Внешние факторы: количество товаров, предложенных потребительским рынком для продажи (объемы предложения); уровень и соотношение цен на потребительские товары; величина инфляционных ожиданий; конкурентоспособность рынка; культурно-исторические и природно-климатические особенности рынка; сегментная структура рынка; влияние правительства на условия спроса (государственные закупки, регламентация продукции и процессов, усовершенствование системы информирования потребителей, разработка новых стандартов, зарубежная помощь и политические связи, другие средства стимулирования спроса).

2. Внутренние факторы: величина потребительского бюджета (денежные доходы населения); реальные потребности покупателей в благах, которые могут быть воплощенными (или нет) в конкретных рыночных товарах; количество независимых покупателей, то есть тех, которые имеют «свой взгляд на то, каким должен быть товар (а в идеальном варианте — когда каждый еще и чувствует давление конкурентов)».

Следует отметить, что специфической особенностью одних факторов является то, что они вызывают изменение как объема, так и структуры спроса, а других — то, что они, не изменяя объема спроса, определяют лишь структурные изменения. Кроме того, факторы, влияющие на изменение спроса на отдельную группу товаров, могут привести к изменению спроса и на другие товары.

Закономерности формирования и изменения спроса оцениваются, как известно, по критерию эластичности спроса, то есть способностью потребительского спроса реагировать на факторные сдвиги внутреннего и внешнего характера. Количественно эластичность спроса выражается коэффициентом эластичности, который показывает, на сколько процентов изменится спрос при изменении какого-либо фактора на 1 %.

Адекватно степени эластичности существуют основные закономерности в реакции спроса на потребительские товары, из которых экономической теорией наиболее изучены и описаны те, которые предопределены одним из самых весомых факторов, — уровнем цен и доходом потребителей. Учитывая рациональное экономическое поведение потребителей, можно было бы ожидать, что, при неизменных внешних факторах, с ростом цен или снижением потребительского дохода должно происходить снижение спроса. Однако поведение потребителей на рынке может быть рациональным [5].

Известно, что реакция потребительского спроса обусловлена характеристиками четырех категорий товаров: нормальные товары, товары первой необходимости, предметы роскоши, товары низкой категории. Количественный рост дохода (а он может быть и в неявной форме в результате снижения цен) предопределяет качественные изменения структуры спроса и потребления в результате роста доли товаров высокого качества. Потребительский спрос на продовольственные товары, в частности на говядину и телятину, является категорией, которая имеет все присущие свойства категории «спрос на рынке потребительских товаров». Однако спрос на продукты питания, в том числе мясную продукцию, имеет определенные специфические признаки, присущие лишь этой категории. Прежде всего необходимо указывать, что специфика спроса на продовольст-

венном рынке обусловлена особенностями потребительских потребностей в продуктах питания. Кроме того, спрос как платежеспособная часть потребительских потребностей имеет свои особенности, которые отличают его от неплатежеспособных потребностей.

Известно, что показатели конечного потребления продовольствия формируют основную группу показателей, которая характеризует уровень жизни потребителей. Это позволяет определить, что непосредственное влияние на объемы потребления оказывает состояние и тенденции развития потребительского рынка, в частности объемы товарооборота и розничные цены. Доказательством этого является заключение экспертов Всемирной организации здравоохранения, которые считают, что состояние здоровья на 50 % зависит от индивидуального образа жизни человека, основным фактором которого является питание [6].

Установлено, что в последнее десятилетие в большинстве ведущих стран мира резко снизились энергетические расходы людей, поэтому потребность в энергозатратах снизилась к минимуму. Специалисты считают, что в настоящее время энергетические расходы для одного человека должны составлять 230—2400 ккал в сутки. В то же время, полноценное питание должно иметь не только энергетическую ценность, но и качественную составляющую. Главным компонентом пищи является белок, который рекомендуют употреблять в определенном соотношении с другими составляющими. Наиболее полноценным является потребление белка в таком соотношении: 55 % белка животного происхождения (мясо, молоко, рыба и яйца) и 45 % — белок растительного происхождения (зерновые, бобовые) [2].

В Украине в течение двадцати лет наблюдается стойкое нарушение структуры питания населения. У 1999 г. был самый низкий уровень потребления животного белка. Научные исследования и данные статистики свидетельствуют о резком снижении потребления населением Украины биологических продуктов. Так, если сравнить с показателями 1913 года, то уровень потребления мяса и мясопродуктов (в пересчете на мясо) в Украине в 2010 г. был ниже на 44 %, молока и молокопродуктов в пересчете на молоко — на 50 % (рис. 1). Уровень потребления мяса и мясопродуктов в 2010 г. повысился по сравнению с 2005 г. на 33 %. Исключение составили молоко и молочные продукты, по которым наблюдались некоторые колебания уровня потребления. За период 2003—2005 гг. уровень потребления молока и молочных продуктов составлял 226 кг, в 2006 — 235 кг, а в 2010 г. наблюдался спад потребления к уровню 2001 года, при норме потребления 395 кг на одного человека в год [4].

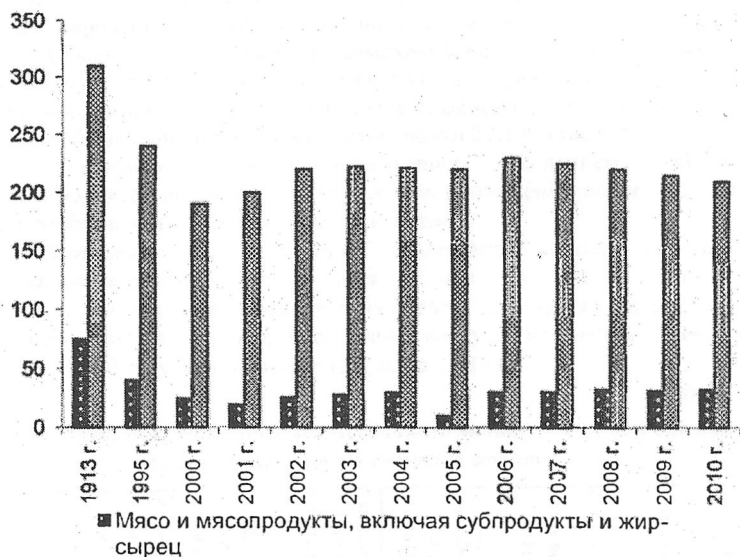


Рисунок 1. Потребление мяса, мясопродуктов, молока и молокопродуктов населением Украины (на одного человека в год, кг)

На основе вышесказанного можно сделать вывод, что основными сдерживающими факторами соблюдения рекомендованных норм потребления мяса и мясопродукции являются ценовая ситуация на рынке продукции животного происхождения и низкая покупательная способность населения, которое предпочитает продукцию растительного происхождения. По статистическим данным, наблюдается достаточно высокий уровень потребления хлебопродуктов, крупяных и макаронных изделий.

Очевидно, что значительная разница в расходах на питание между селом и городом объясняется тем, что в сельской местности определенная часть продуктов питания поступает от ЛПХ и бесплатно от родственников. В результате домохозяйства с высоким уровнем доходов могут обеспечить потребление мясопродуктов в соответствии с научно обоснованными нормами потребления.

Уровень потребления в домохозяйствах с высокими денежными доходами превышает научно обоснованные нормы потребления мясопродуктов, особенно в домохозяйствах, которые находятся в сельской местности. Это обстоятельство вызвано недостаточно

высоким уровнем потребления рыбы и рыбопродуктов, а также определенной статистической погрешностью при осуществлении расчетов. Однако члены 87 % домохозяйств генеральной выборки исследования ограничивают себя в потреблении мясопродуктов, в частности, в городах — 84 %, в сельской местности — 94 %, несмотря на наличие в большинстве сельских домохозяйств ЛПХ.

Как свидетельствуют результаты анкетного опроса жителей сельских населенных пунктов и городов 12 областей Украины на предмет потребления мяса, большинство респондентов (51 %) ответили, что мясные продукты употребляют практически ежедневно; каждый третий (34 %) — один-два раза в неделю; каждый десятый (10 %) — один-два раза в месяц; лишь 2 % — несколько раз в год. Вовсе не едят мясо 3 % участников опроса. Частота потребления мяса в семье в значительной степени определяется уровнем их совокупного дохода. Ежедневно употребляют мясо около 40 % опрошенных с доходом до 2000 гривен на человека в месяц и 62 % тех, доходы которых превышают эту сумму. Среди киевлян (доходы которых принято считать самыми высокими) доля ежедневного потребления мяса незначительно превышает среднее значение — 59 %. Этот показатель более высокий в других мегаполисах — 70 %, а среди жителей сельской местности, где мясо в основном и производится, потребляют его ежедневно — 42 % опрошенных.

Опрос показал, что 53 % украинцев потребляют мясо всегда, когда желают; 47 % опрошенных отметило, что ограничивают себя в его потреблении. Большинство таких респондентов (79 %) делают это с целью экономии средств; 11 % опрошенных отметили, что у них есть экономические и другие причины ограничений; 10 % — утверждают, что причины ограничений не являются экономическими (например, посты, вегетарианство или проблемы со здоровьем).

Следующая закономерность — в группах с низким уровнем доходов населения в общем потреблении преобладают низкокалорийные продукты животного происхождения: курятина и субпродукты 1 и 2 категории, сало. В домохозяйствах с высоким уровнем доходов предпочитают свинину, птицу и говядину. В структуре потребления снижается доля продуктов мясопереработки, пищевых субпродуктов и консервированных видов мяса. Основными причинами изменения потребительских вкусов в зависимости от изменения доходов являются цена и качество продукции, ее питательность.

Исследованием установлено, что основным видом мяса для домохозяйств с низким уровнем доходов является курятина, которая занимает в структуре потребления мясной продукции почти 42 % и субпродукты — 30,2 %, что свидетельствует о достаточно низкой культуре

питания. Как свидетельствует опыт экономически развитых стран, пищевые субпродукты 1 и 2 категории направляются исключительно на корм.

Отметим, что даже в домохозяйствах со среднедушевым денежным доходом свыше 3000 грн в структуре потребления мясopодуKтов доля потребления мяса сушеного, соленого, копченого и съедобных субпродуктов составляет почти 27,1 % (табл. 1).

Анализируя объемы потребления населением Украины мясopодуKтов по видам отметим, что на протяжении последних пяти лет основным видом мяса является курятина.

Следовательно, в Украине наблюдается четкая тенденция к увеличению потребления мяса птицы на душу населения по сравнению с аналогичным показателем для других видов мяса. В частности, потребление мяса птицы на душу населения в течение 2006–2010 гг. увеличилось от 15,7 кг до 23,2 кг.

Таблица 1.

Структура потребления мяса по видам в зависимости от величины совокупных среднедушевых доходов, %

Группа по среднему месячному доходу в месяц, грн	Свежее, замороженное охлажденное мясо крупного рогатого скота	Свежее, замороженное, охлажденное мясо свиней	Свежее, замороженное, охлажденное мясо коз и овец	Свежее, замороженное, охлажденное мясо птицы	Сушеное, соленое, копченое мясо и съедобные субпродукты	Другие консервированные и обработанные виды мяса и продукты из него	Другое свежее, охлажденное замороженное мясо и съедобные виды мяса	Всего употреблено
До 600	5,2	12,1	0,3	41,7	30,2	9,8	0,7	100
800	4,4	14,4	0,3	41,5	29,6	9,3	0,5	100
1000	5,1	15,7	0,2	40,1	28,9	9,3	0,7	100
1200	5,4	16,4	0,1	39,9	29,1	8,3	0,8	100
1400	5,8	16,4	0,1	39,2	28,5	8,9	1,1	100
1600	8,1	17,2	0,1	36,8	28,8	8,3	0,7	100
2000	7,3	19,1	0,3	35,9	27,9	8,3	1,2	100
2400	6,6	20,7	0,1	36,4	27,2	8,1	0,8	100
2800	9,1	23,8	0,3	32,2	26,1	7,8	0,7	100
3000	8,4	19,7	0,4	33,3	29,1	7,9	1,2	100
Свыше 3000	8,1	23,2	0,5	32,6	27,1	7,5	1,0	100

Источник: составлено и рассчитано по данным Госкомстата.

Отметим, что потребление мяса птицы растет опережающими темпами по сравнению с другими видами. Однако в последние годы растут и объемы потребления свинины.

По нашему мнению, эта не характерная для Украины ситуация, где традиционными видами мяса является свинина и говядина, возникла в результате объективных и субъективных причин. В первую очередь, это обусловлено тем, что сельскохозяйственные товаропроизводители отказались от выращивания молодняка крупного рогатого скота и свиней. В результате, сегмент рынка мясной продукции заняло мясо птицы зарубежного, а затем и отечественного производства, которое по цене значительно дешевле, чем говядина и свинина, а при условии низкой покупательной способности населения стало конкурентоспособным в сравнении с другими видами мяса. Следовательно, существуют значительные отличия в потреблении населением мяса и сала между сельской местностью и городом, которые определяются следующими факторами: уровень доходов и источник их формирования; самообеспеченность сельского населения, что приводит к тому, что сало в отличие от мяса имеет более длительный период хранения; политическая и экономическая нестабильность в стране (если в стране есть признаки кризиса, то растут объемы реализации сала и снижается цена на высококачественную свинину); потенциальные потребители осуществляют запасы тех продуктов убоя свиней, которые могут храниться в течение длительного времени.

Список литературы:

1. Березин Н.С. Маркетинг и исследования рынков / Н.С. Березин. — М.: Русская Деловая Литература, 1999. — 416 с.
2. Захарин С. Кто главный на рынке мяса: производители или потребители? А может посредники? / С. Захарин // Продукты питания. — 2004. — № 24. — С. 20—21.
3. Игнатов А.В. Анализ влияния эластичности покупательского спроса на цены, издержки и прибыль предприятия / А.В. Игнатов // Маркетинг в России и за рубежом. — 2003. — № 2. — С. 18—22.
4. Козак В.П. О рациональном питании и методах оценки качества мясных продуктов / В.П. Козак // Мясное дело. — 2008. — № 5. — С. 26—29.
5. Подолян І.С. Еволюційний підхід у теорії ринкового попиту / І.С. Подолян // Актуальні проблеми економіки. — 2009. — № 5 (95). — С. 22—31.
6. Knutson Ronald D. Agricultural and Food Policy / Knutson Ronald D., Penn J.B., Boehm William T. — New Jersey : Prentice Hall Education, 1995. — 508 p.