

ОЦІНКА ВИТРАТ НА ПРОДОВОЛЬЧІ ТОВАРИ ТА СПОЖИВЧА ПОВЕДІНКА УКРАЇНСЬКИХ ДОМОГОСПОДАРСТВ

О. С. Кільницька, к.е.н., доцент

Н. І. Кравчук, к.е.н., доцент

Житомирський національний агроєкологічний університет

Структура сукупних витрат домогосподарств України свідчить про динамічні процеси пристосування та адаптації населення до нових умов споживання. В результаті збільшення тарифів на житлово-комунальні послуги відбулося зменшення частки витрат на продовольчі товари у бюджетах українців. В сучасних умовах люди вимушені відмовлятися від нового одягу, взуття, небазових продуктів харчування, послуг та відпочинок, дозвілля та переглядати споживчий асортимент побутових товарів. У 2016 р. найбільше зниження серед продовольчих товарів показали такі категорії як: пиво, кава, чай, соки. Більшість споживачів переходить на дешеві рослинні продукти – хліб, крупи, макарони, овочі, легко віддають перевагу товарам-субститутам, наразі купують менше м'яса та риби. Водночас має місце і протилежна тенденція: споживачі готові переплачувати за натуральні органічні, екобезпечні продукти.

За даними Державної служби статистики України у 2017 р. вартість харчування однієї особи в Україні становила у середньому 54 грн на добу проти 46 грн у 2016 р. Відбулися суттєві зміни у структурі сукупних витрат домогосподарств України. Частка витрат на продовольчі товари (включаючи харчування поза домом) зменшились з 52,7 % у 2016 р. до 50,1 % у 2017 р. (рис. 1). Це відбулося насамперед

за рахунок зростання частки витрат сімей України на утримання житла (включаючи поточний ремонт), воду, електроенергію, газ, тверде паливо, що збільшилась з 12,8 % у 2016 р. до 15 % у 2017 р. Неприємним є той факт, що на фоні зростання вартості основних життєвих потреб населення (їжі та житла), споживання соціально шкідливих товарів (алкогольні напої та тютюнові вироби) не зменшилось, займаючи 3 % у витратах середньостатистичної української сім'ї.

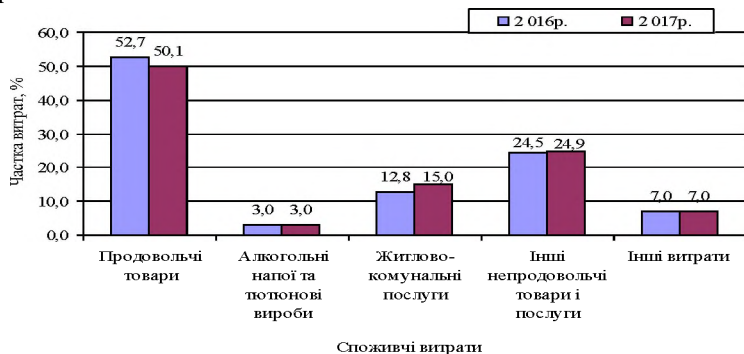


Рис. 1. Структура сукупних витрат домогосподарств України (за 9 місяців) 2016–2017 рр., %

Із зменшенням питомої ваги витрат на продовольчі товари в Україні відбулися певні зміни у структурі харчування. Зокрема, за 9 місяців 2017 р. збільшилося споживання фруктів, ягід, горіхів, винограду – на 6%, цукру – на 4%, хліба і хлібних продуктів, м'яса, м'ясопродуктів і сала – на 2% кожного, порівняно з аналогічним періодом 2016 р.

Джерело: побудовано за матеріалами Державної служби статистики України [1]. В домогосподарствах скоротилося споживання: овочів і баштанних – на 8%, молока і молокопродуктів – на 2%. У 2017 р. залишилося на рівні 2016 р. споживання риби та рибопродуктів, яєць, олії та інших рослинних жирів, а також картоплі. Проте найбільше вражає невідповідність фактичного споживання населенням України продуктів тваринного походження і встановленого нормами, зокрема: м'яса та м'ясопродуктів, молока та продуктів з нього, риби та морепродуктів, яєць. В цьому аспекті якість харчування українських домогосподарств з дітьми є гіршою щодо забезпечення необхідною кількістю білків, амінокислот, порівняно з сім'ями без дітей (рис. 2).

Має місце значна полярність у рівні та якості харчування населення України за рівнем їх доходів і майнового розшарування. Якщо у бідних сім'ях у структурі споживання продовольчих товарів третину коштів (33,7 %) витрачають на хліб і хлібопродукти, то в заможних домогосподарствах лише 13,8 %. Заможні групи населення споживають здебільшого дорогі, делікатесні, екобезпечні продовольчі товари, переважно білкової групи (табл.). Це насамперед: м'ясо та м'ясопродукти, що займають 21,7 % у структурі грошових витрат на харчування; молоко, сир та яйця – 12,3 %; риба та морепродукти – 5,6 %. Цікавим є факт того, що у 2016 р. із зростанням рівня доходів населення України зменшується частка витрат на споживання цукру, джемів, меду, сиропів, шоколаду та кондитерських виробів: з 11,1 % до 7,6 %.

За результатами дослідження компанії GFK Ukraine, споживчі настрої українців за 2016 р. зросли на 11,6 % у порівнянні з 2015 р. Споживачі почали мислити раціонально, прискіпливо аналізувати усе, що їм пропонують. Маючи обмежені кошти і вільний доступ до Інтернету, вони детально вивіряють кожен свій крок на ринку, ретельніше планують свій бюджет, рахують гроші і змінюють структуру витрат, відмовляючись від непотрібного і менш важливого.

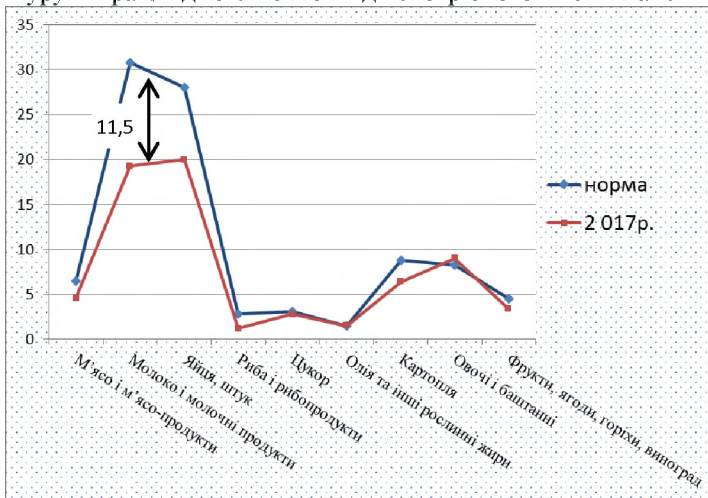


Рис. 2. Споживання продуктів харчування в домогосподарствах України у 2017 р., кг

(у середньому за місяць у розрахунку на одну особу)

Джерело: побудовано за матеріалами Державної служби статистики України [1].

Таблиця 1

Структура грошових витрат домогосподарств на харчування залежно від розміру середньодушових грошових доходів у місяць на одне домогосподарство в Україні у 2016 р., %

Продовольчі товари	Всі домогосподарства	у т. ч. з середньодушовими еквівалентними грошовими доходами у місяць, грн			Зміна частки споживання максимального доходу до мінімального, +/-
		мінімальний до 480,0	на рівні прожиткового мінімуму (1388); 1200,1–1560,0	максимальний понад 3720	
Продукти харчування, всього	96,3	100,0	98,4	92,3	-7,7
у тому числі: хліб і хлібопродукти	17,5	33,7	21,5	13,8	-19,9
м'ясо та м'ясопродукти	20,5	5,0	18,1	21,7	16,7
риба та рибопродукти	5,5	0,9	5,3	5,6	4,7
молоко, сир, яйця	12,1	12,7	11,9	12,3	-0,4
олія та жири	9,2	14,6	11,2	7,1	-7,5
фрукти	6,4	6,1	5,3	7,4	1,3
овочі і картопля	7,6	7,5	6,6	7,9	0,4
цукор, джем, мед, сироп, шоколад та кондитерські вироби	8,2	11,1	9,1	7,6	-3,5
інші продукти харчування	2,9	1,8	3,4	2,3	0,5
безалкогольні напої	6,4	6,6	6,0	6,6	0
Харчування поза домом	3,7	-	1,6	7,7	-7,7

Джерело: побудовано автором за матеріалами Державної служби статистики України [2].

За даними міжнародного дослідження The Nielsen Global Consumer Confidence and Spending Intentions Survey, після купівлі найнеобхіднішого вільні кошти залишаються у 67 % українців; у 33 % – вистачає коштів тільки для базових потреб; 32 % відмовляються від дорогої продукції преміум класу; 40 % купують менше товарів, щоб зекономити [3, с. 5].

У період суттєвих змін у споживчих настроях, надзвичайно важливо вчасно реагувати на зовнішні зміни, активність конкурентів, а особливо – на поведінку споживачів. У настроях українців переважають тенденції економного споживання – більше половини не готові переплачувати за бренди. За даними М. Забарило: кожен п'ятий вважає, що всі торгові марки однакові, іще третина не бачить жодного зв'язку між ціною та якістю товару.

Автоматично зростає частка дешевих марок, насамперед, private label (у 2016 р. – на 9,2%). Розвиток власних торговельних марок роздрібних мереж – актуальний і вигідний вектор співпраці у бізнесі для усіх сторін: виробники товарів мають гарантовані замовлення і дієві виробничі потужності, ритейлери заробляють додаткові 10–20 %, покупці витрачають на 5–20 % менше. Нині високим попитом серед прихильників дешевих марок користуються кондитерські вироби, гастрономія, побутова хімія та техніка. Зростання помітно також у тих товарних категоріях, де ще кілька років тому це здавалося неможливим через високу залежність від брендів [4, с. 6].

Через девальвацію гривні, збільшення курсу вільноконвертованої валюти, зростання транспортних витрат, товари зарубіжних виробників сильно подорожчали, тому рух Made in Ukraine – один із перспективних напрямів найближчих років. Українським товаровиробникам доцільно збільшувати пропозицію, розширюючи товарну сітку; водночас зменшувати собівартість, не зашкоджуючи якості; оптимізувати логістичні витрати. Українські споживачі не хочуть купувати другосортних речей, вони розраховують на доступну ціну, високу якість і безпечність вітчизняних товарів.

Список літератури

1. Витрати і ресурси домогосподарств України за III квартал 2017 року. – [Електронний ресурс] / Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/publdomogosp_u.htm
2. Витрати і ресурси домогосподарств України у 2016 році. – [Електронний ресурс] / Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/publdomogosp_u.htm
3. Гугля І. Відновлення споживання: що купують українці. // Альфа: Бізнес–Дайджест. 2017. № 6(червень). С. 5.
4. Забарило М. Нова релігія: private label. // Альфа: Бізнес–Дайджест. 2017. № 6(червень). С. 6.