

## Секція 13. **МАРКЕТИНГОВІ ПРОБЛЕМИ ТА ІННОВАЦІЇ В СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ**

**О.П. Афанасьєва**, ст. викл. (*ХДУХТ, Харків*)

### **ВПЛИВ ДЕМОГРАФІЧНИХ ЧИННИКІВ НА ФОРМУВАННЯ ПОПИТУ НА РИНКУ М'ЯСА ТА М'ЯСОПРОДУКТІВ**

Демографічні чинники через чисельність та статеву-вікову структуру населення певною мірою характеризують потреби, попит та особисте споживання. Кількісні показники попиту знаходяться у прямій залежності від наявного населення, а якісні – від вікової, статевої структури населення, особливостей споживання певних верств, зокрема від смаків, уподобань, стилю життя тощо.

За чисельністю населення Харківська область посідає 4 місце в Україні, що складає 4% населення України, та свідчить про значний потенціал локального споживчого ринку. Проте, в Україні та Харківській області продовжується скорочення чисельності населення. За статистичними даними відбувається постійне погіршення демографічної ситуації в країні та Харківській області. За рік в середньому чисельність населення скорочується на 0,5%. За 10 років чисельність населення як області, так й країни в цілому зменшилася більш як на 4%. Якщо припустити, що в Україні щороку населення скорочується на 200 тис. осіб, а в середньому українці споживають більш 50 кг м'яса та м'ясопродуктів на рік, то місткість даного ринку щороку зривуватиметься більш як на 1000 т за рік, що становить 0,04% частки ринку м'яса та м'ясопродуктів в Україні.

За 10 років таких тенденцій місткість ринку м'яса та м'ясопродуктів в Україні зменшиться на 4...5%. Ситуація у Харківській області також характеризується негативними тенденціями. Населення області щороку скорочується на 13–14 тис. осіб, що обумовлює зниження місткості ринку м'яса та м'ясопродуктів на 650...700 т продукції щороку.

Протягом тривалого часу в Україні відбувалося зниження народжуваності, а також спостерігалось перевищення смертності над народжуваністю, що також призвело до старіння населення, а це, у свою чергу, справило суттєвий вплив на структуру споживання. Люди старшого та похилого віку, як правило, менше споживають м'ясо та м'ясопродукти. Слід також відзначити, що особливістю споживчої поведінки людей середнього віку (40–60 років) є те, що їх свідомість та погляди формувались за часів Радянського Союзу та у період реформ,

які характеризувалися, перш за все, наявністю ринку продавця, відсутністю вибору у споживачів, дефіцитом товарів. Це ціле покоління, що характеризується обережним ставленням до нового та наявністю досвіду споживання продуктів із радянським знаком якості, та смаковою пам'яттю. Ця категорія покупців є більш вимогливішою до товарів, вони звертають увагу на упаковку та інформацію на ній. Якщо товар їм сподобався, вони стають його прихильниками, купують самі та рекомендують близьким, друзям, знайомим. Споживачів цієї категорії часто є лідерами думок у своїх родинях, тому їх переваги завжди є визначальними під час купівлі. Таким чином, слід враховувати суттєві відмінності в формуванні потреб, поглядів, споживчої поведінки людей різних поколінь та обирати відповідні інструменти маркетингової політики.

Вагоме значення для формування попиту має вікова структура населення. За статистичними даними 2005–2008 рр. у Харківській області зменшувалася частка вікової групи 0–14 років, а завдяки стимулюванню народжуваності в Україні, вона почала щорічно зростати, починаючи з 2009 р. У той же час, частка населення у віці понад 60 років у 2009–2015 рр. суттєво зростала, та у 2015 р. вона майже на 2% перевищувала показник 2005 р.

У сукупності частка населення у віці старше 60 років перевищує 35%, що й свідчить про наявність процесів старіння населення в області, що поряд із зниженням чисельності населення справляє негативний вплив на можливості збільшення потенціалу ринку м'яса та м'ясопродуктів у Харківській області.

Специфічною ознакою структури населення за місцем проживання у Харківській області є той факт, що більш 80% населення мешкають у містах. Відповідно до статистичних даних витрати домогосподарств на м'ясо та м'ясопродукти у міських поселеннях значно вищі, ніж у сільській місцевості. За цих умов потенціал локального ринку м'яса та м'ясопродуктів здебільшого залежить від обсягів споживання даного виду продовольства саме мешканцями міст. У той же час можливості насичення ринку продукцією тваринництва, виробленою у домашніх господарствах населення, обмежені високою вартістю утримання тварин та птиці.

Таким чином, демографічні чинники мають суттєвий вплив на формування попиту на ринку м'яса та м'ясопродуктів, тому слід коригувати діяльність підприємств з їх урахуванням.