

УДК 658.334.43.46

ОРГАНИЗАЦИЯ ДИФФЕРЕНЦИРОВАННОГО ПРОИЗВОДСТВА ПРОДУКЦИИ И УСЛУГ ПОСРЕДСТВОМ ОРИЕНТАЦИИ МАРКЕТИНГА НА СОЦИАЛЬНУЮ СТРУКТУРУ ДОХОДОВ НАСЕЛЕНИЯ

Подсолонко В.А., Подсолонко Е.А., Подсолонко М.В.

В статье обоснована необходимость максимальной ориентации экономики производства и потребления на удовлетворение потребностей населения во всех его социальных группах; проанализированы структура доходов населения Украины и его расходы на продукты питания; обоснована необходимость бенчмаркинга в удовлетворении потребностей социальных групп населения; обосновано влияние изменения потребительских возможностей и структуры населения на дифференциацию маркетинга; предложена ориентация управления развитием экономики на максимальное сближение потребительских возможностей населения по социальным группам.

Ключевые слова: дифференциация производства продукции и услуг, маркетинг, бенчмаркинг, социальная структура доходов населения.

Постановка проблемы в общем виде и ее связь с важными научными и практическими задачами. Научная гипотеза: если маркетинг ориентировать на социальную структуру доходов населения для организации дифференцированного производства продукции и услуг, то можно решить ряд взаимозависимых задач – увеличить объемы и расширить ассортимент производства и реализации продукции и услуг их производителями, увеличить возможности потребителей по приобретению и потреблению финансово доступных продуктов, товаров и услуг.

Мотивация дифференциации ассортимента – через налогообложение дохода: отсутствие дифференциации – максимальный налог; 0,5 максимального налога – наиболее дорогая группа товаров и услуг (из 10 групп); 0,1 максимального налога – наименьшая по ценам (стоимости) группа продаж.

В основе организации такого социально ориентированного маркетинга лежит создание специального организационно-экономического механизма, позволяющего с одной стороны, постоянно исследовать социальную структуру доходов населения в странах и по их регионам, и, с другой стороны, – оценивать социальную ориентированность объемов и ассортимента производства, учитывающую социальную структуру доходов населения.

Анализ последних достижений и публикаций, на которые опирается автор.

Формирование организационно-экономического механизма организации дифференцированного производства продукции и услуг посредством ориентации маркетинга на социальную структуру доходов населения базируется на официальных данных статистических ежегодников Украины и Автономной Республики Крым за 2009 год.

Выявление нерешенных частей общей проблемы, которым посвящена статья.

Для исследования социальной структуры доходов населения, официальная статистика Украины позволяет в динамике рассматривать распределение населения по 11 группам, исходя из уровня среднедушевых денежных доходов в месяц [1, с. 404]. Рассмотрение удельных показателей численности населения по группам месячных среднедушевых доходов показывает их постоянный рост по годам, повышение их уровня на 1 человека по всем домохозяйствам, в том числе как для населения, проживающего в городских поселениях, так – и в сельской местности. При этом, если в 2009 г. часть населения со среднедушевыми денежными доходами в месяц, размер которых меньше прожиточного минимума (701 грн.), в целом в Украине составляла 30,4 %, то в городах она была 22,8 %, а в сельской местности – 46,1 [1, с. 404]. В этой связи целесообразно в последующем рассматривать отдельно социальные группы населения для городских поселений и для сельской местности.

Формулировка целей (постановка задач).

Целью данной работы является обоснование необходимости максимальной ориентации экономики производства и потребления на удовлетворение потребностей населения во всех его социальных группах.

Для достижения поставленной цели необходимо решение следующих задач:

- анализ структуры доходов населения Украины;
- анализ расходов населения на продукты питания;
- обоснование необходимости бенчмаркинга в удовлетворении потребностей социальных групп населения;
- обоснование влияния динамического изменения потребительских возможностей и структуры населения по социальным группам на дифференциацию маркетинга;
- аргументировать ориентацию управления развитием экономики на максимальное сближение потребительских возможностей населения по социальным группам.

Структура доходов населения в Украине.

Базируясь на официальных статистических данных [1, с. 404] по группировке населения в одиннадцать социальных групп, следует отметить, что последняя социальная группа с денежными доходами населения свыше 1920 грн. в месяц имеет удельный вес численности населения 6,2 % при 2,4 % в предыдущей группе от 1740,1 грн. до 1920 грн. в месяц. Поэтому для получения более полного представления о социальной структуре населения целесообразно последнюю группу (с доходами 1920 грн.) детализировать в динамике по сложившейся в практике закономерности уменьшения доли населения в каждой последующей социальной группе (табл. 1). В итоге такого сглаживания удельный вес численности населения последней социальной группы с доходами свыше 4400 грн в месяц составил в целом по Украине 0,9 % (рис. 1) и, в том числе, для городского населения 1,2 % (рис. 2), а для сельского – 0,2 % (рис. 3). Эта разница вполне закономерна, поскольку преимущественно в городах сосредоточено население, имеющее высокую заработную плату и другие денежные доходы.

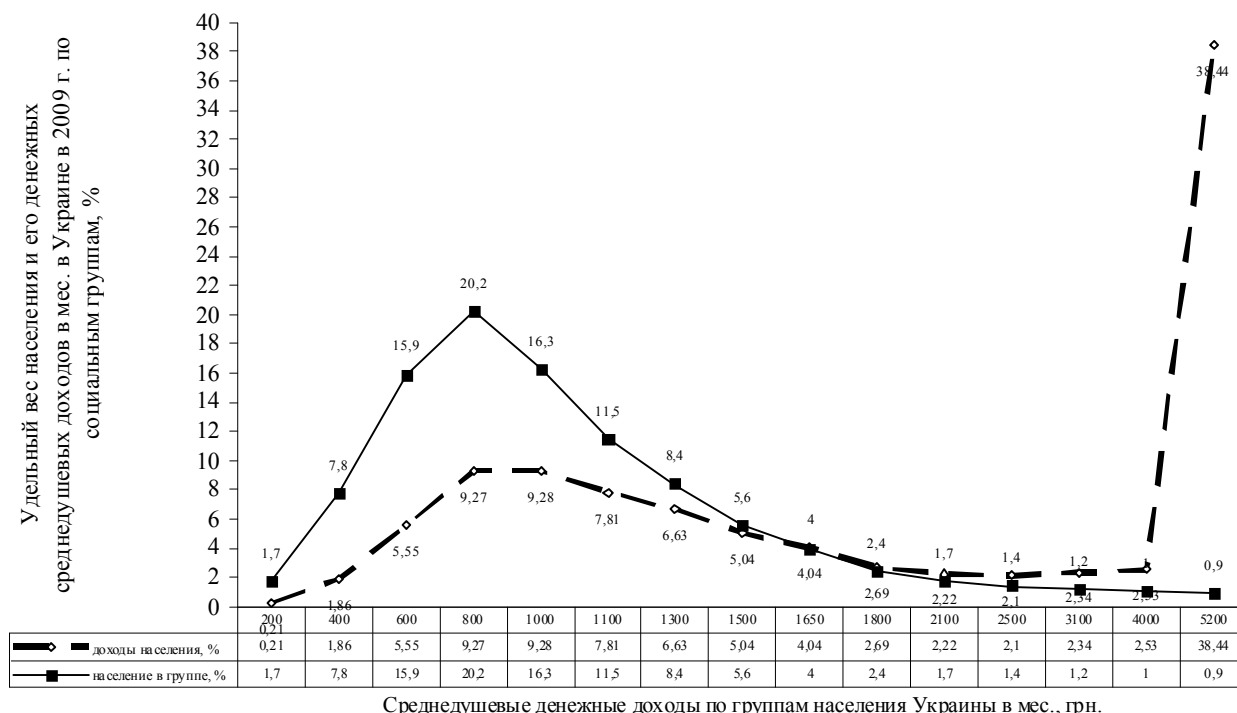


Рис. 1. Сравнительные отличия удельного веса численности населения и его среднедушевых доходов в месяц в 2009 г. в Украине по социальным группам

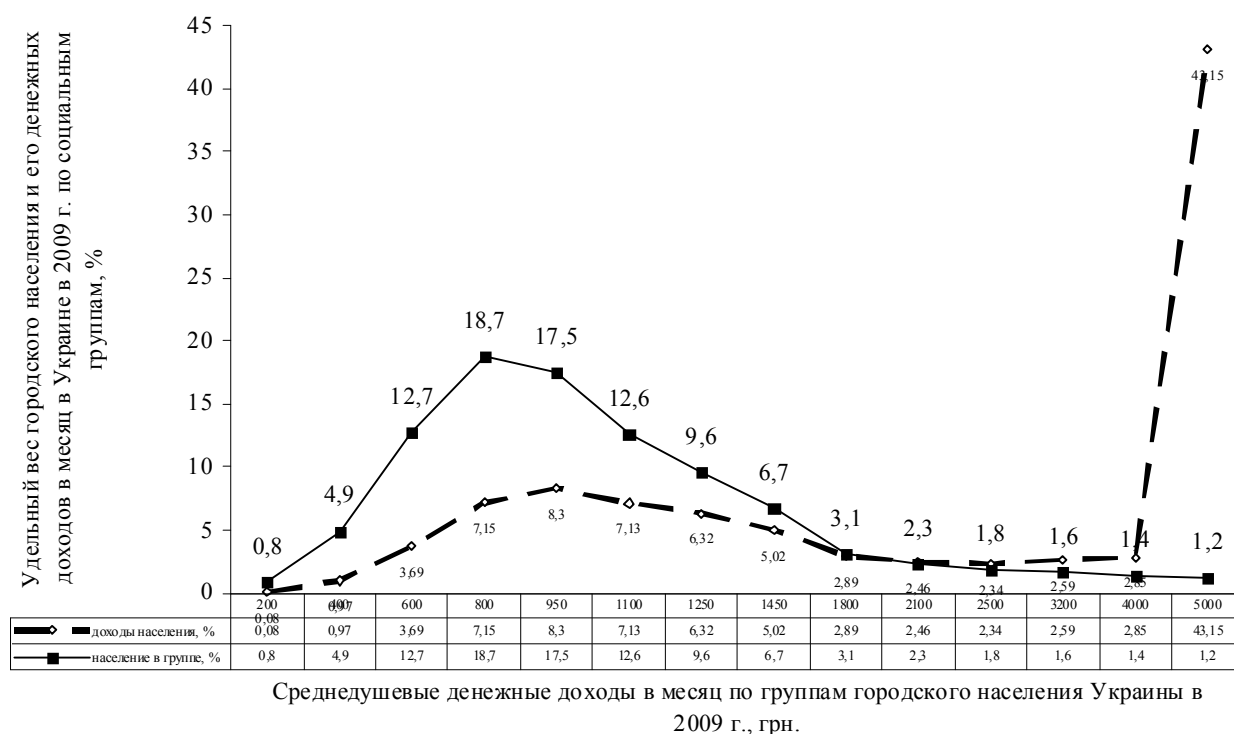


Рис. 2. Сравнительные отличия удельного веса численности населения и его среднедушевых доходов в месяц в 2009 г. в городах Украины по социальным группам

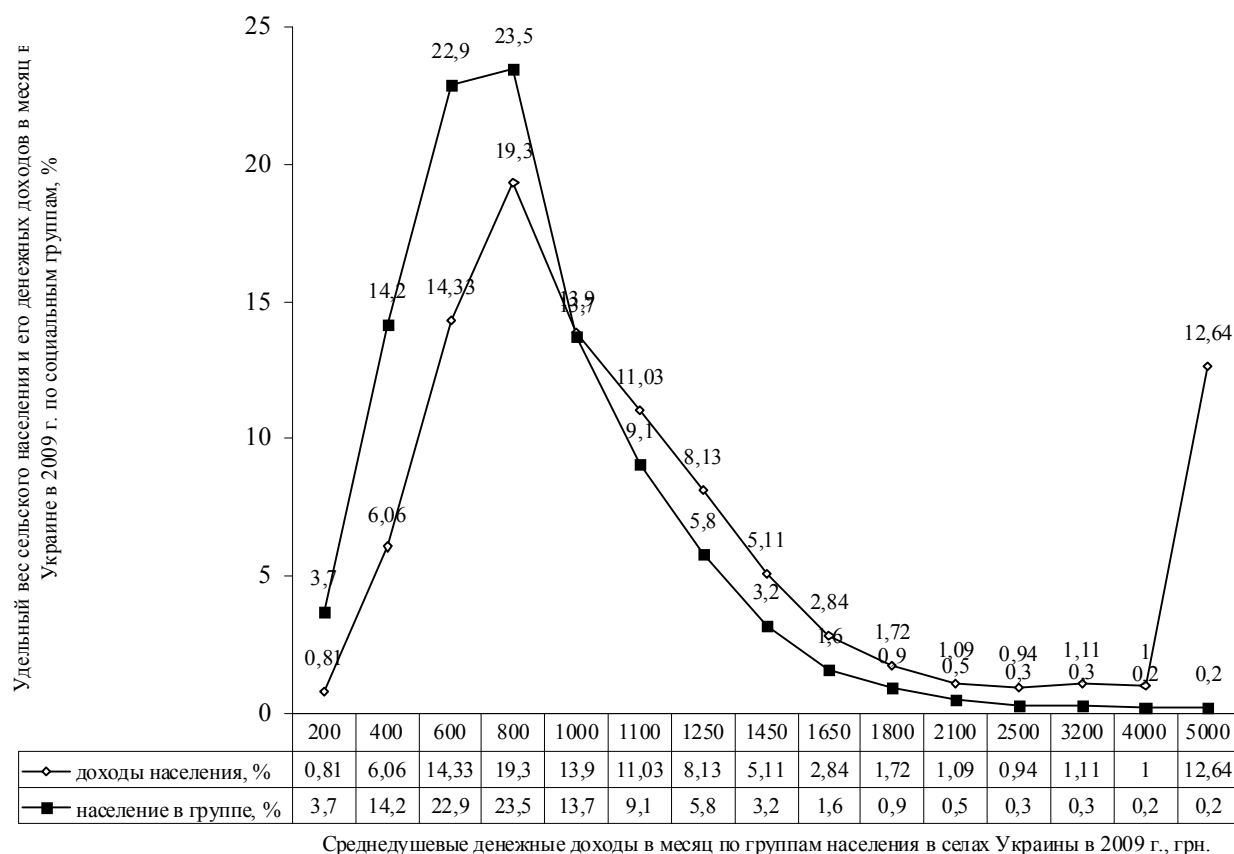


Рис. 3. Сравнительные отличия удельного веса численности сельского населения Украины и его среднедушевых доходов в месяц в 2009 г. по социальным группам

К примеру, в столице Украины г. Киеве в 2009 г. доходы проживающего населения составили 119298 млн. грн. из 897669 млн. грн. всей страны (13,29 %). В расчете на 1 месяц это, соответственно, составило 9941,5 и 74805,75 млн. грн. [1, с. 395]. В то же время, по всему населению,

проживающему в сельской местности Украины, эта величина в месяц составила 13045, 96 млн. грн. (табл. 1). Следовательно, на 1 жителя г. Киева в месяц приходилось $3623,23 \text{ грн.} \left(\frac{9941,5}{2,743824} \right)$, тогда как на 1 сельского жителя 913,42 грн. $\left(\frac{13045,96}{14,282592} \right)$, а на 1 городского жителя в среднем по всей Украине 1960,63 грн. $\left(\frac{61759,79}{31,5} \right)$ при усредненном доходе вместе и городских, и сельских жителей – 1634 грн. $\left(\frac{74805,75}{45,782592} \right)$ (табл. 1).

Приведенные сравнительные данные свидетельствуют о том, что усредненный сельский житель Украины имеет прожиточный коэффициент $1,3 \left(\frac{913,42}{701} \right)$, городской житель – $2,8 \left(\frac{1960,63}{701} \right)$, а усредненный житель г. Киева – $5,17 \left(\frac{3623,23}{701} \right)$. Реальные же статистические данные показывают, что среди сельского населения прожиточный коэффициент ниже 1 имеют: – 0,29 % – 3,7 %, 0,56 – 14,2 %, 0,81 – 22,9 %, 0,97 – 5,3 %, то есть 46 % сельских жителей реально имеют доходы ниже прожиточного минимума – в 1,5 раза – около 20 %, в 2 раза – примерно 12 % и в 3 раза – около 4 %. Среди городских жителей ниже единицы (1) – прожиточный коэффициент имеют – 0,29 – 0,8 %, 0,56 – 4,9 %, 0,81 – 12,7 %, 0,97 – 4,25 %.

$$\left[\begin{array}{l} (660,1 + 701) : 2 = 1361,1 : 2 = 680,55; 680,55 : 701 = 0,97; \\ (701 - 660,1) = 40,9; \frac{40,9 \times 100}{180} = 22,72; 22,72 \times 18,7 = 4,25\% \end{array} \right]$$

Следовательно, среди городских жителей только 22,65 % имеют доходы ниже прожиточного минимума, из которых ниже в 1,5 раза – около 10 %, в 2 раза – примерно 4,5 % и в 3 раза – около 1 %. Приведенные данные свидетельствуют, что уровень бедности и нищеты сельского населения в Украине выше, чем городского примерно вдвое.

Очевидно, если величина доходов населения ниже уровня прожиточного минимума характеризует такое население как бедное – для прожиточных коэффициентов 0,51 – 1, и нищее – для коэффициентов 0,5 и ниже, то коэффициенты в интервале 1,01 – 2 можно отнести к характеризующим малоимущее население, в 2,01 – 4 – к населению со средним достатком, в 4,01 – 6 – с высоким достатком, более 6 – к населению со сверхвысоким доходом. Удельный вес населения, входящего в представленные социальные группы существенно отличается, прежде всего, для городского и сельского населения. Так, если к малоимущему сельскому населению можно отнести 47 %, то к городскому малоимущему – 55 %. Вместе с тем суммарные величины удельного веса малоимущего, бедного и нищего населения по приведенным данным, естественно, совершенно не в пользу сельских жителей – 93 % в сравнении с городскими жителями – 77,65 %. Удельный вес населения со средним размером доходов составляет для сельских жителей 6,3 %, а для городских – 18,2 %, с высоким уровнем доходов – для сельских жителей – 0,5 %, для городских 3,1 %, со сверхвысоким доходом 0,2 и 1,2 % соответственно (табл. 1).

Расходы населения на продукты питания.

В официальной статистической отчетности Украины и ее регионов ежегодно приводятся данные о размерах потребления населением продуктов питания по основным десяти видам [1, с. 424; 2, с. 391]. Конечно, усредненные данные по каждому региону и по всей Украине в отдельных видах продуктов питания существенно отличаются в зависимости от историко-географических и культурных отличий всех регионов (табл. 2).

Таблица 1

Сравнительные данные удельного веса численности населения и его денежных доходов по социальным группам

Денежные среднелюшевые доходы населения в месяц, грн.				Удельный вес населения, %			Численность населения, млн. чел			Денежные доходы населения в месяц по социальным группам, млн. грн.			Удельный вес денежных доходов населения по социальным группам, %		
Социальные группы по интервалу доходов, грн. в мес.	Усредненный доход в группах			всего	в том числе		всего	в том числе		всего по Украине	в том числе		в том числе		
	грн.	\$	€		городского	сельского		городского	сельского		городское население	сельское население	в городах	в селах	
до 300	200	25	18	1,7	0,8	3,7	0,778304	0,252	0,526304	155,66	50,4	105,26	0,21	0,08	0,81
300,1 – 480	390	49	35	7,8	4,9	14,2	3,571043	1,5435	2,027543	1392,71	601,71	790,74	1,86	0,97	6,06
480,1 – 660	570	71	52	15,9	12,7	22,9	7,279432	4,0005	3,278932	4149,28	2280,29	1868,99	5,55	3,69	14,33
660,1 – 840	750	94	68	20,2	18,7	23,5	9,248083	5,8905	3,357583	6936,06	4417,87	2518,19	9,27	7,15	19,3
840,1 – 1020	930	116	85	16,3	17,5	13,7	7,462562	5,5125	1,950062	6940,18	5126,62	1813,56	9,28	8,3	13,9
1020,1 – 1200	1110	139	101	11,5	12,6	9,1	5,264998	3,969	1,295998	5844,15	4405,59	1438,56	7,81	7,13	11,03
1200,1 – 1380	1290	161	117	8,4	9,6	5,8	3,845738	3,024	0,821738	4961	3901	1060	6,63	6,32	8,13
1380,1 – 1560	1470	184	134	5,6	6,7	3,2	2,563825	2,1105	0,453325	3768,82	3102,43	666,39	5,04	5,02	5,11
1560,1 – 1740	1650	206	150	4	5,1	1,6	1,831304	1,6065	0,224804	3021,65	2650,72	370,93	4,04	4,29	2,84
1740,1 – 1920	1830	229	166	2,4	3,1	0,9	1,098782	0,9765	0,122282	2010,77	1786,99	223,78	2,69	2,89	1,72
1920,1 – 2280	2100	263	191	1,7	2,3	0,5	0,792521	0,7245	0,068021	1664,29	1521,45	142,84	2,22	2,46	1,09
2280,1 – 2820	2550	319	232	1,4	1,8	0,3	0,615174	0,567	0,048174	1568,69	1445,85	122,84	2,1	2,34	0,94
2810,1 – 3540	3180	398	289	1,2	1,6	0,3	0,549391	0,504	0,045391	1747,06	1602,72	144,34	2,34	2,59	1,11
3540,1 – 4400	3990	499	363	1,0	1,4	0,2	0,473609	0,441	0,032609	1889,8	1759,59	130,11	2,53	2,85	1
более 4400	70510	8814	6410	0,9	1,2	0,2	0,407826	0,378	0,029826	28755,73	26652,7	1649,43	38,44	43,15	12,64
итого	1634	204	149	100	100	100	45,782592	31,5	14,282592	74805,75	61759,79	13045,96	100	100	100
				100	68,8	31,2							100	82,56	17,44

Часто отличаются и цены на одинаковые виды продуктов. Если же принять условно для Украины и ее регионов одинаковые цены на каждый вид продуктов, но их расход (потребление) оставить в соответствии со статистическими данными, то суммарная стоимость продовольственной корзины будет отличаться в каждом регионе от средней по Украине. К примеру, в 2009 г. в Автономной Республике Крым она составила 563 грн. в месяц против 537 грн. в Украине в среднем (104,8 %) (табл. 2).

Таблица 2

Потребление продуктов питания в 2009 г., кг на 1 человека

Наименование продуктов	Стоимость продовольственной корзины в месяц на 1 чел, грн.	
	Украина	АР Крым
Мясо и мясопродукты	4,17	5,1
Молоко и молокопродукты	17,7	17,7
Яйца (штук)	22,7	21,25
Рыба и рыбопродукты	1,26	1,93
Сахар	3,17	3,25
Растительное масло и жиры	1,28	1,83
Картофель	11,1	5,58
Овощи и бахчевые	11,4	9,93
Фрукты, ягоды, орехи, виноград	3,83	3,73
Хлеб и хлебные продукты	9,33	9,53
Всего	537	563
Доля от 701 грн, % (от стоимости потребительской корзины, от среднего дохода, грн. 1634	76,6	80,3
от минимального дохода по каждой соци-альной группе, грн.	32,9	34,5
при доле населения, %		
100	100	
200	1,7	-
390	7,8	2,2
570	15,9	12,5
750	20,2	15,3
930	16,3	19,6
1110	11,5	12,2
1290	8,4	10,1
1470	5,6	7,1
1650	4	7,6
1830	2,4	3,4
2100	1,7	2,8
2550	1,4	2,4
3180	1,2	1,8
3990	1	1,6
более 4440	0,9	1,4
[1, с. 424]	[2, с. 391]	

В сравнении со стоимостью потребительской корзины в IV квартале 2009 г. – 701 грн. в месяц [1, с. 404], ее продовольственная часть составила в Украине в среднем 76,6 %, а в АР Крым – 80,3% (табл. 2). Известно, что уровень денежных расходов населения зависит от уровня его доходов. Поэтому нельзя израсходовать на продукты питания в месяц отмеченные выше 563 грн. на одного человека в семье, имеющей средний доход на 1 человека 200, 300 и даже 570 грн. (табл. 2).

Таблица 3

Сравнительная возможность населения в социальных группах по приобретению продуктов питания и удовлетворения прочих потребностей в Украине в 2009 г.

Социальные группы населения по размеру среднедушевого денежного дохода		Расходы на продукты питания				в %			Удельный вес населения в социальных группах, %	№% укрупненных групп населения	Усредненные расходы на продукты питания в укрупненных группах населения, € в сутки	Удельный вес укрупненных групп населения, %	Сравнительная возможность населения в группах по приобретению продуктов питания (против наибольшего, в раз)	Возможные расходы на прочие потребности				Отставание возможности населения в группе по удовлетворению прочих потребностей от наибольшего, число раз
в мес.	в сутки	в мес.	в сутки	в мес.	в сутки	от предыдущей группы	от наименьшего	от наибольшего (нижнего и верхнего границ)						в мес.	в сутки	в мес.	в сутки	
грн.	грн.	грн.	грн.	грн.	грн.	грн.	грн.	грн.	грн.	грн.	грн.	грн.	грн.	грн.	грн.	грн.	грн.	грн.
200	6,67	0,61	5	130	0,45	5	100	6,69	1,7	I	0,45	1,7	-14,2	30	4,55	1,67	0,15	-35,6
390	13	1,18	9,83	295	0,89	9,83	197,8	13,2	7,8	II	0,89	7,8	-7,18	95	8,64	3,17	0,29	-18,4
570	19	1,73	14,33	430	1,3	14,33	288,9	19,3	15,9	III	1,3	15,9	-4,26	140	12,73	4,67	0,48	-11,1
750	25	2,27	18,83	565	1,71	18,83	380	25,4	20,2					185	16,82	6,17	0,56	
930	31	2,82	23,33	700	2,12	23,33	471,1	31,5	16,3	IV	2,33	27,8	-2,74	230	20,91	7,67	0,7	-6,9
1110	37	3,36	27,83	835	2,53	27,83	562,2	37,6	11,5					275	25	9,17	0,83	
1290	43	3,91	32,33	970	2,94	32,33	653,3	43,7	8,4	V	3,15	14	-2,03	320	29,09	10,67	0,97	-5,1
1470	49	4,45	36,83	1105	3,35	36,83	744,4	49,8	5,6					365	33,18	12,17	1,1	
1650	55	5	41,33	1240	3,76	41,33	835,6	55,9	4	VI	3,97	6,4	-1,61	410	37,27	13,67	1,24	-4,1
1830	61	5,55	45,83	1375	4,17	45,83	926,7	61,9	2,4					455	41,36	15,17	1,38	
2100	70	6,36	49	1470	4,45	49	106,7	66,1	1,7	VII	4,74	3,1	-1,35	630	57,27	21	1,91	-2,3
2350	85	7,73	55,33	1660	5,33	55,33	1117,8	74,7	1,4					890	80,91	29,67	2,7	
3180	106	9,64	63,6	1908	5,78	63,6	1284,4	85,9	1,2					1272	115,64	42,4	3,85	
3990	133	12,09	73,17	2195	6,65	73,17	1477,8	98,8	1	VIII	6,39	3,1	1	1795	163,18	59,83	5,44	1
4440 и >	148 >	13,45 >	74	2220	7,4	74	101,2	100	0,9					2220	201,82	74	6,73	

Социальные группы населения по размеру среднедушевого денежного дохода в мес., грн.	Удельный вес населения в социальных группах, %	
	по численности населения в группе	по размеру массы денежных доходов группы
200	1,7	0,2
390	7,8	1,86
570	15,9	5,55
750	20,2	9,27
930	16,3	9,28
1110	11,5	7,81
1290	8,4	6,63
1470	5,6	5,04
1650	4	4,04
1830	2,4	2,69
12552	6,2	47,63

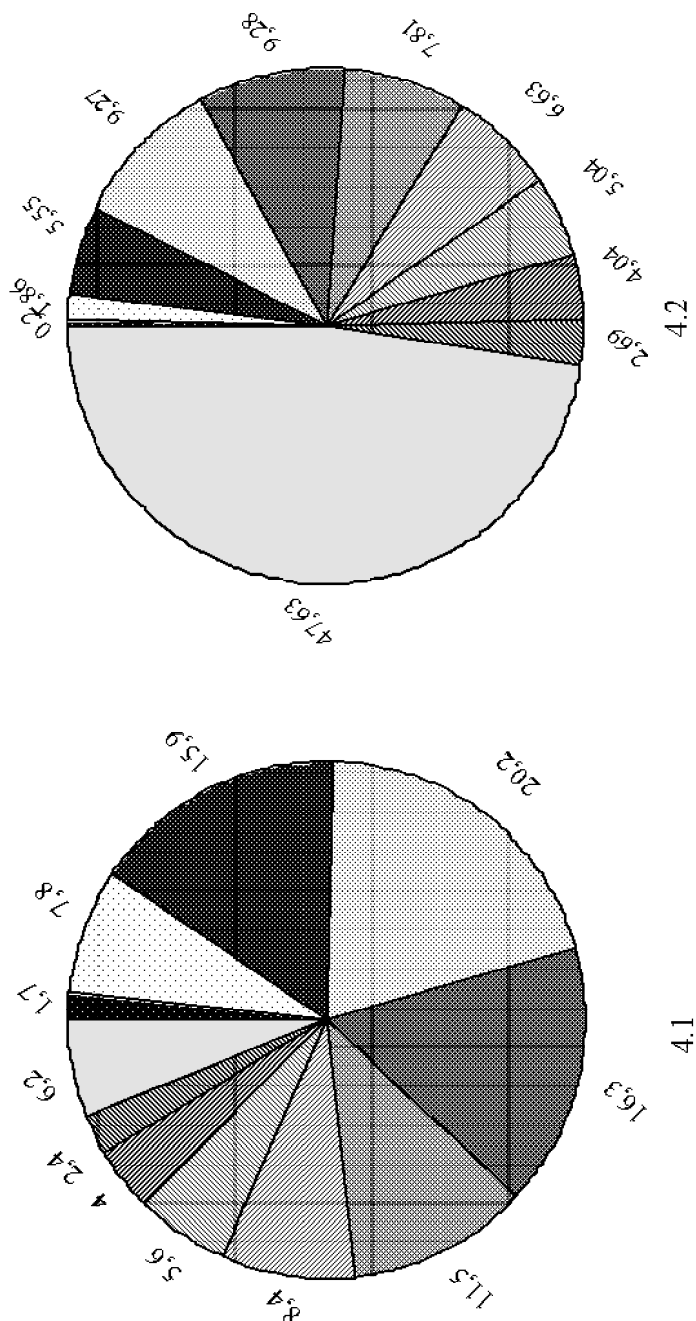
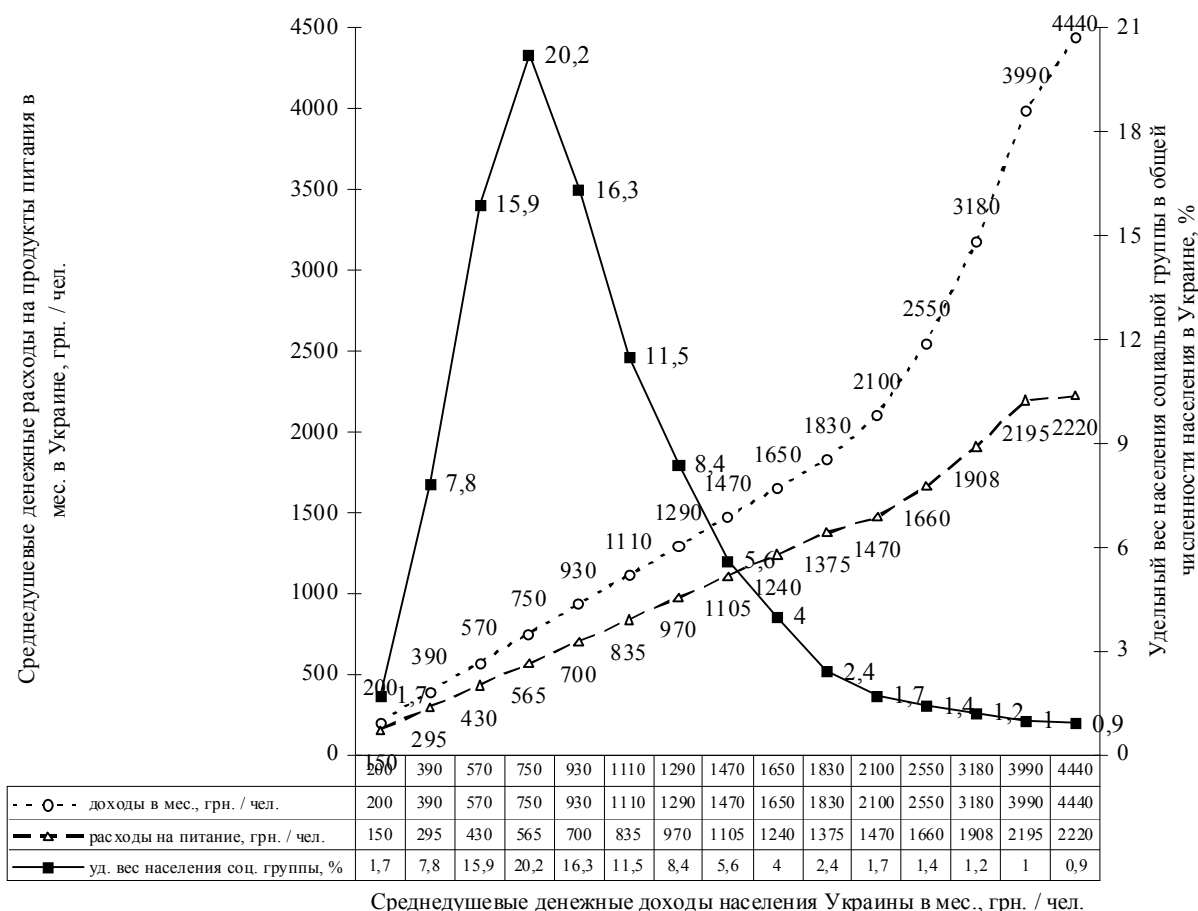


Рис. 4. Структура социальных групп населения Украины, % со среднедушевыми денежными доходами в месяц в 2009 г. от 200 грн. до 12552 по численности населения в группе (4.1) и по размеру массы денежных доходов группы (4.2) [1, с. 338, 393, 404]

Выявление для каждой группы населения со среднедушевыми доходами от 200 грн. в месяц до 4400 грн. и более, суммы денежных расходов на продукты питания, начиная с доли последних в 75 % от первых, с уменьшением в последующем от 70 % до 65 %, 60 %, 55 % и 50 %, показывает возможность классифицировать население по их потенциалу в приобретении продуктов питания (табл. 2, рис. 5). Конечно, приведенный график (рис. 5) позволяет визуальнo предложить такие группы населения с учетом их численности в Украине. Наверное, первая группа населения, имеющего возможность потратить на продукты питания всего лишь по 5 грн. в сутки на 1 человека (0,45 евроцента), несмотря на их малую численность – 1,7 % от общего числа, уже несоизмерима с последующей группой в 7,8 %, имеющей возможности в сутки потратить на продукты питания 9,82 грн. на 1 человека (0,89 евроцента) в сравнении с 17,9 грн. в сутки на 1 человека в среднем по Украине (1,63 €) (табл. 3, рис. 4). Вместе с тем, уже 52,4 % населения страны имеют возможность приобретать в сутки продуктов питания на сумму от 14,33 грн. (1,3 €) – 15,9 %, до 18,83 грн. (1,71 €) – 20,2 % и до 23,33 грн. (2,12 €) – 16,3 %. Еще 19,9 % населения располагают для продуктов питания в сутки 27,83 грн. (2,53 €) – 11,5 % и 32,33 грн. (2,94 €) – 8,4 %. Еще меньшее количество населения 5,6 % могут потратить для этих целей 36,83 грн. в сутки (3,35 €), а 4 % – 41,33 грн. (3,76 €). Оставшиеся в шести из 15 группах населения 8,6 % его численности могут потратить от 45,83 грн. (4,17 €) до 74 грн. (6,73 €), (по нижней границе доходов и расходов последней группы населения, учитывая ее последующую безграничность для миллиардеров Р. Ахметова, И. Коломойского, В. Пинчука и официальных «государственных служащих»).



Среднедушевые денежные доходы населения Украины в мес., грн. / чел.

Рис. 5. Соотношение денежных доходов населения и расходов из них на продукты питания в Украине в месяц по социальным группам населения в 2009 г., грн. / чел.

Укрупненно все население можно рассматривать не в 15 социальных группах (табл. 1, 2), а только в 8 (табл. 3). При этом, к примеру, по возможностям приобретения продуктов питания население I группы отстает от VIII группы в 14,2 раза, а по удовлетворению прочих потребностей – в 35,6 раз, во II группе от VIII – в 7,2 и 18,4 раза, в III группе от VIII – в 4,3 и 11,1 раз, в IV группе от VIII – в 2,7 и 6,9 раз – соответственно (табл. 3).

Здесь следует отметить, что приведенные аналитические и расчетные данные относятся к конкретной стране – Украине и к четко ограниченному периоду развития ее экономики – 2009 г. С одной стороны – это ограничивает распространение выявленных явлений и закономерностей на другие страны, но с другой – позволяет делать реальные выводы о необходимости опираться на отмеченные результаты анализа в управлении экономикой для получения максимально возможных и необходимых населению Украины социально-экономических результатов развития.

ВЫВОДЫ

Основные выводы из полученных результатов анализа (табл. 1, 2, 3, рис. 1 – 5) позволяют сделать следующие заключения:

- экономика производства и потребления должна быть максимально ориентирована на удовлетворение потребностей населения во всех его социальных группах и соответственно дифференцирована;
- необходим бенчмаркинг в динамике изменения возможностей населения и экономики в удовлетворении потребностей всех социальных групп населения;
- маркетинг требует дифференцированного подхода с учетом динамического изменения потребительских возможностей и структуры населения по их социальным группам;
- управление развитием экономики должно быть ориентировано на максимальное сближение потребительских возможностей населения во всех его социальных группах.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Статистичний щорічник України за 2009 рік. – К.: Інформаційно-аналітичне агентство, 2010. – 567 с.
2. Статистичний щорічник Автономної Республіки Крим за 2009 рік. – Сімферополь: ГУС в АРК, 2010. – 559 с.