

ПОВЕДІНКА СПОЖИВАЧІВ НА ПРОДОВОЛЬЧОМУ РИНКУ

Пчелянська Г.О.

Вінницький торговельно-економічний інститут

Кивського національного торговельно-економічного університету,

м. Вінниця

Продовольчий ринок – ключова система у формуванні національної економіки країни, крім того, на ньому відбувається рух продовольства між виробниками, посередниками та споживачами, формується економічна безпека держави, в тому числі і продовольча. Посилення науково-технічного прогресу, інтенсивності конкуренції, світових інтеграційних та глобалізаційних процесів, розвиток Інтернет-технологій формує перед суб'єктами продовольчого ринку нові виклики, пов'язані з інтенсифікацією виробничої, комерційної, інноваційної діяльності. Маркетинговий підхід до визначення поведінки споживачів спрямований на дослідження внутрішніх та зовнішніх чинників, що впливають на маркетингову поведінку людини – споживача продовольчих товарів [1].

Теорія маркетингу розділяє споживачів на два типи: кінцевих та індустріальних або інституційних. Кінцевий споживач купує товари для власного некомерційного споживання. Організації-споживачі або інституційні споживачі на продовольчому ринку купують продукцію та послуги з метою використання у виробництві чи для подальшого перепродажу [2]. Такими суб'єктами виступають не лише покупці продовольства, а також і його виробники, тобто аграрні підприємства, які купують ресурси (насіння, корми, паливо-мастильні матеріали, засоби захисту рослин і добрива та інші товари чи послуги), є суб'єктами здійснення купівельної поведінки. Взаємодія покупців ринку продовольчого ринку перебуває під впливом попиту, пропозиції, інституційного середовища. Розвиток продовольчого ринку та поведінку споживачів на ньому визначатиме розмір пропозиції продовольчих товарів.

Формування поведінки споживачів на продовольчому ринку буде зумовлюватися як видом споживача, так і впливом маркетингового інституційного середовища як сукупності фінансових, правових, організаційних, інфраструктурних, галузевих та інших особливостей ринку.

Література:

1. Калетнік Г.М., Шпикуляк О.Г., Пчелянська Г.О. Інститути інфраструктури та ціноутворення у розвитку аграрного ринку: регіональний аспект: монографія. Вінниця: ТОВ "Фірма "Планер", 2012. 324 с.

2. Россоха В. В., Шарапа О.М. Інституційне забезпечення управління господарською діяльністю аграрних підприємств. *Економіка АПК*. 2016. № 10. С. 73-82. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/E_apk_2016_10_12.