

ФАКТОРИ МАКРО- ТА МІКРОСЕРЕДОВИЩА НА РИНКУ МОРОЗИВА

Дударева А., 2 курс,

Науковий керівник: Марчук А.О., асистент

Таврійський державний агротехнологічний університет,

Ринок морозива є одним з найбільш розвинених ринків харчових продуктів України. Це сталося завдяки протекціоністській політиці українського уряду по відношенню до місцевих виробників. Введення у середині 90-х рр. мита на імпортоване морозиво в розмірі EUR 1 на 1 кг ввезеного морозива «очистило» ринок від панівного тоді польського морозива і дало «зелене світло» вітчизняним виробникам, які не забарилися цим скористатися.

Мета дослідження полягає в аналізі сучасного стану ринку морозива в Україні, виявленні факторів впливу на ринкову ситуацію та перспектив розвитку даного ринку.

На сьогоднішній день сформувалося кілька сильних «гравців», які виробляють близько 90% всього виробленого в Україні морозива. Найбільші з них: ТОВ «Ласунка», ВАТ «Житомирський маслозавод «Рудь», «Геркулес», ВАТ «Львівський холодокомбінат» (ТМ«ЛІМО»), Фірма«Ласка», ЗАТ«Хладопром», ТОВ«Еліт»(ТМ «Ажур»), ВАТ «Вінтер», ТОВ «Айс-Запоріжжя». Основні фактори, які формують якість даної продукції - це співвідношення і кількість компонентів суміші. Так, зі збільшенням сухих речовин суміші поліпшується консистенція, утворюється більш ніжна структура, але при надлишку структура стає тістоподібною, щільною, знижується освіжаючу дію морозива [1]

Як і для будь-якого товару, на виробництво морозива впливають фактори макро- та мікросередовища. Фактори макросередовища: клімат, який впливає на рівень продажів (також на продаж цього товару впливає сезонність - влітку продажу вище, ніж взимку); демографія: чим більше в нашій області дітей і молодих людей, тим більше рівень продажів (люди пенсійного віку менш активні в покупці солодкого. Вони вважають за краще виробників радянського часу; і не схильні пробувати нові марки товарів.); політика: укази Президента, законодавчі акти, розпорядження; економіка, а саме загальна економічна ситуація в країні - рівень безробіття, рівень доходів сім'ї впливає на загальний рівень купівельного попиту; соціальний фактор: тут може бути важливий рівень допомоги на дитину у матерів-одиначок, який також впливає на попит - як часто зможе мама купувати своїй дитині солодощі (морозиво); науково-технічний прогрес впливає на виробників морозива у придбанні нового обладнання, здатного запропонувати ринку нові моделі морозива в новій упаковці, незвичайної форми, екзотичні інгредієнти або інгредієнти-замінники натурального продукту і т.п; культура: від традицій, звичаїв споживання солодкого залежить попит [2].

Фактори мікросередовища: постачальники відіграють важливу роль, так як відповідають за поставку сировини (наприклад, молока), напівфабрикатів, устаткування; до контактних аудиторій відносяться ЗМІ, які мають потужний вплив на потенційних покупців; податкові органи, місцева влада, фінансові й т.д. (від того наскільки ліберально ставляться перераховані вище установи до розвитку підприємництва, залежить успіх діяльності будь-якої фірми); конкуренти грають важливу роль у розвитку бізнесу; споживачі - це найважливіша фігура в процесі діяльності будь-якої фірми, вони «диктують» умови ринку: кажуть, що їм подобається купувати, а що ні (це відбивається на продажах).

Висновки. Аналіз ринку морозива України показав, що за останні кілька років він значно змінився, у бік більш якісного розвитку.

Список використаних джерел:

1 Морозиво: у чому користь та шкода [Електронний ресурс]. Режим доступу:<http://www.menslife.com/ration/morozhenoe-v-chem-polza-i-v-chem-vred.html>

2 Ринок морозива України. 2018 рік [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://pro-consulting.ua/ua/issledovanie-rynka/analiz-rynka-morozhenogo-ukrainy-2018-god>