

образ природної середовища, де росте ягода журавлини, а саме сфагнового хвойного лісу.

Використана література:

1. Dunn J., Brunner T., Legeza D., Konovalenko A., Demchuk O.. Factors of the marketing macro system effecting children's food production. *Економічний часопис XXI*. 2018. № 170 (3-4). С. 49–56.
2. Бачало І. Б. Методологічні підходи до аналізу виводу товарів та послуг на нові ринки. *Науковий вісник УжНУ*. Ужгород, 2017. С. 16–21.
3. Коваленко О. В. Ефективність впровадження інноваційної продукції на нішевих продовольчих ринках. *Інвестиції: практика та досвід*. 2014. № 8. С. 26–29.
4. Куліш Т. В. Практичні аспекти маркетингових досліджень інноваційної діяльності підприємств. Київ: ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана», 2015. С. 257–262.
5. Мірзоева Т. В. Особливості вітчизняного ринку лікарських рослин в умовах сьогодення. *Інноваційна економіка*. 2013. № 6. С. 209–212.
6. Орленко О. В. Нішеві культури: нові можливості АПК України. О. В. Орленко. Львів. Леф, 2013. Ч. 2. С. 53–56.
7. Савенко Г. Є. Розвиток ринку продукції ягідних культур України в умовах євроінтеграції. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. – 2017. – № 23. – С. 132–135.
8. Сало І. А. Перспективні параметри розвитку ринку ягід в Україні *Агроінком*. 2008. № 7. С. 9–12.
9. Чухрай Н. І. Особливості маркетингу продуктових інновацій / Н. І. Чухрай, Т. Б. Данилович // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». – 2007. – № 605 : Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. – С. 162–168.

СУЧАСНИЙ СТАН ВИРОБНИЦТВА ТА РЕАЛІЗАЦІЇ СМОРОДИНИ В УКРАЇНІ

Дударєва А. В.

студентка 2 курсу спеціальності «Маркетинг»

Таврійський державний агротехнологічний університет

Виготовлення українських страв потребує використання різноманітних ягід. Сьогодні смородина знайшла досить широке застосування у приготуванні гарячих страв, холодних закусок, маринадів і десертів. Смородина – використовується не тільки в домашній, але і в професійній косметології. вона є джерелом вітамінів та інших цінних біологічно активних речовин. Ці речовини благотворно впливають на стан шкіри і волосся. Однак, неналагоджений ринок збуту, відсутність запитів супермаркетів, недосконалі

відносини між виробниками ягід та підприємствами, не використовують ягоди як сировину, відсутність інструментів маркетингу, незбалансована цінова політика обмежують розвиток ринку ягідних культур в Україні.

Проблемою нішевого маркетингу займаються Динамич Т.Б. [9], Бачало І.Б. [2], Коноваленко А.С. [1], Коваленко О.В. [5], Куліш Т.В. [6], Легеза Д.Г. [1], Орленко О.В. [8], Чухрай Н. І. [9]. Більшість робіт присвячена інноваційним товарам у продовольчій галузі. Питання розвитку ринку ягід та їх використання у різних галузях піднімалися у роботах Уланчук В.С. [3], Аніщенко Г.Ю [3], Гудзенко О.П. [4], Немятих О.Д. [4], К.В.Кулдіркаєва К.В. [4] та Осокіна Н. [7], Герасимчк О. [7].

Метою роботи є дослідження стану виробництва та реалізації смородини в Україні. Предметом дослідження є практичні аспекти маркетингу смородини. Об'єктом дослідження є процес формування ринку смородини в Україні. Для досягнення поставленої мети були сформувані наступні завдання: проаналізувати умови виробництва ягід за останні 7 років, встановити тенденцію виробництва смородини на ринку України.

Незважаючи на сприятливі кліматичні умови, інноваційні технології вирощування, смородина для фермерських господарств виступає як ризикована для вирощування. З одного боку, це багаторічна культура, яка забезпечує будь-яке підприємство прибутком протягом декількох років після її посадки. З іншого боку, неналагоджені канали збуту та нестабільна цінова ситуація не дає можливість подальшого розвитку ринку. Динаміка результатів виробництва смородини відображена у таблиці 1.

Встановлено, що зібрана площа смородини за 2011-2012 рр. становить 4400 га, за період 2013-2015 рр. зібрана площа збільшується на 102%, а за 2016-2017 рр. майже на 110% у порівнянні з 2011 роком. Обсяги виробництва смородини збільшились на 106,6%. Урожайність зменшилась на 0,1 ц/га у 2017 році у порівнянні з 2011 роком. Темпи росту обсягів виробництва ягід смородини майже не змінились. Темп приросту у 2012, 2014-2015 рр. становлять 0% у 2013 році він становить 2,2%, а у 2016 році темп приросту смородини збільшились до 6,6%.

Таблиця 1

Динаміка виробництва смородини в Україні, 2011-2017 рр. [10]

Показник	Рік						
	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Зібрана площа, га	4400	4400	4500	4500	4500	4800	4800
Обсяги виробництва, т	25700	24100	26610	25790	25540	24500	27140
Урожайність, ц/га	5,8	5,5	5,9	5,7	5,6	5,1	5,7
Темп росту обсягів виробництва, %	x	93,77	110,41	96,92	99,03	95,93	110,78
Темп приросту обсягів виробництва, %	x	-6,23	10,41	-3,08	-0,97	-4,07	10,78

Джерело: розраховано автором за даними <http://www.fao.org/faostat/en/#data>

Тенденція зміни обсягів виробництва смородини наведена на рисунку 1.

На рис. 1 можна наведено динаміку виробництва смородини за період 2011-2017 рр. Найбільший обсяг виробництва виявлений у 2017 році – 27100 т., а найменший обсяг припав на 2012 рік. Найбільша урожайність припала на 2013 рік, а найменша як ми бачимо на рис. на 2016 рік – 5 ц/га.

Вирівнювання тренду динаміки показало, що не існує чітко вираженої тенденції у виробництві смородини. Коефіцієнт достовірності дорівнює 0,229, що свідчить про стохастичність виробництва. Основною причиною постає постійна зміна урожайності смородини при практично однаковій площі. Саме такий фактор і постає умовою стримання розвитку ринку смородини.



Рис. 1. Виробництво смородини в Україні, 2011-2017 рр. [10]

Джерело: розраховано автором за даними <http://www.fao.org/faostat/en/#data>

Обмежений час реалізації смородини у свідому вигляді також є причиною того, що підприємства відмовляються від вирощування від цієї ягоди у бік інших, більш застосованих до транспортування та зберігання. Все це обумовлює низький рівень експортно-імпортних операцій. За даними ФАО встановлено, що смородина до 2016 року офіційно не реалізовувалась за межами країни.

Стан експорту та імпорту 2016 року наведений на рисунку 2.

Виявлено, що обсяг продукції експорту становить 87 т. при ціні 0,22 дол/кг, а імпорт в обсязі 8 т. при ціні за 3,13 дол/кг. Тому можна сказати, що на експорт йде багато товари але при низькій ціні. В той же час, імпортна продукція приходить в малій кількості, але при великій вартості, тобто вітчизняна продукція практично недооцінюється.

Таким чином, зазначимо, що на ринку України існує потенціал розвитку виробництва смородини та формування експортного потенціалу продукції.

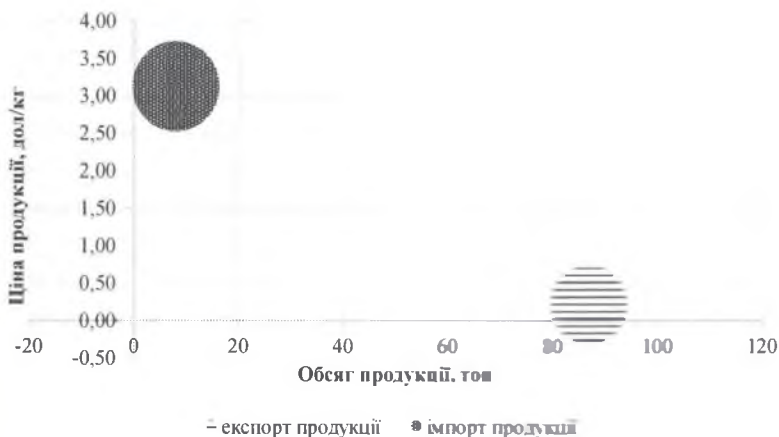


Рис. 2. Експорт та імпорт смородини за 2016 рік. [10]

Джерело: розраховано автором за даними <http://www.fao.org/faostat/en/#data>

Використана література:

1. Dunn J., Brunner T., Legeza D., Konovalenko A. Demchuk O.. Factors of the marketing macro system effecting children's food production. *Економічний часопис XXI*. 2018. № 170 (3-4). С. 49–56.
2. Бачало І. Б. Методологічні підходи до аналізу виводу товарів та послуг на нові ринки. *Науковий вісник УжНУ*. Ужгород, 2017. С. 16–21.
3. Уланчук В. С. Споживчий ринок плодоягідної продукції: стан та перспективи розвитку. *Вісник економічної науки України*. 2011. С. 156–161.
4. Гудзенко О. П. Дослідження активності антимікробних консервантів в дитячому сиропі на основі соку смородини чорної та етамзилату. *Український журнал клінічної та лабораторної медицини*. 2013. С. 244–247.
5. Коваленко О. В. Ефективність впровадження інноваційної продукції на нішевих продовольчих ринках. *Інвестиції: практика та досвід*. 2014. № 8. С. 26–29.
6. Куліш Т. В. Практичні аспекти маркетингових досліджень інноваційної діяльності підприємств. Київ: ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана», 2015. С. 257–262.
7. Осокіна Н., Герасимчук. О. Застосування речовин антимікробної дії для підвищення терміну зберігання ягід чорної смородини. *Товари і ринки*. 2008. С. 162–167.
8. Орленко О. В. Нішеві культури: нові можливості АПК України. О. В. Орленко. Львів. Леф, 2013. Ч. 2. С. 53–56.
9. Чухрай Н. І. Особливості маркетингу продуктивних інновацій. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. 2007. № 605. С. 162–168.
10. Food and agriculture organization of the united nations [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://www.fao.org/faostat/en/#data> QC.