

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Кафедра економіки, права та управління бізнесом

РЕФЕРАТ
кваліфікаційної роботи
на здобуття освітнього ступеня магістра
зі спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»
за магістерською програмою професійного спрямування
«Економіка, планування та управління бізнесом»

на тему: **«ДОСЛІДЖЕННЯ ТА ПРОГНОЗУВАННЯ КОН'ЮНКТУРИ
РИНКУ (НА ПРИКЛАДІ РИНКУ ВИНА УКРАЇНИ)»**

Виконавець:

студент ФЕУП

Маргарян Едуард Шаєнович _____

/підпис/

Науковий керівник:

к.е.н, доцент

Янковий Володимир Олександрович _____

/підпис/

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність дослідження. Кон'юнктура являє собою комплексне і швидкозмінне явище, яке відображає динамічність та стихійність, непередбачуваність розвитку ринку. Це зв'язано з тим, що ринкова кон'юнктура формується під впливом безлічі елементів та дій, які в свою чергу підпорядковуються імовірнісним законам. Кон'юнктуру ринку можна оцінити за допомогою ряду якісних та кількісних характеристик. Завдяки цим особливостям кон'юнктури, використання різноманітних саме статистичних методів збору, обробки та аналізу інформації дає можливість одержати ефективні та цінні результати. Цим пояснюється особлива роль кон'юнктурних досліджень ринку, за допомогою яких можна вивчити ситуацію, яка складається в результаті дій чималої кількості соціально-економічних, демографічних, природних, суспільнополітичних та випадкових чинників.

Виноградарство та виноробство в Україні традиційно були важливими видами економічної діяльності. Це обумовлено сприятливими ґрунтово-кліматичними умовами і достатньою забезпеченістю трудовими та іншими ресурсами. Проте, на сьогодні стабільній та ефективній роботі виноробних підприємств перешкоджає численна кількість проблем, серед них: загальний кризовий стан економіки країни, низька забезпеченість сировиною переробних заводів, порушення паритетних взаємовідносин виробників сировини та виноробних підприємств, висока конкуренція, незахищеність вітчизняного виробника, відсутність належної підтримки з боку держави, низька якість виробленої продукції тощо.

Ситуація характеризується спадом виробництва вина у період з 2011 по 2013 рік з 17,0 млн дал до 11,7 млн дал відповідно. Після анексії Криму відбувся різкий спад виробництва вина: деяким компаніям довелося відновлювати своє виробництво майже з нуля, адже більшість виноградників країни, розташованих у Криму, стали для них недосяжними, а іншим – шукати нових постачальників сировини. З 11,7 млн дал у 2013 році виробництво впало до 6,1 млн дал в наступному році, тобто майже в 2 рази. Наступні роки характеризуються рецесією виноробної галузі до 2017 та 2018 років, коли почалося незначне зростання темпів виробництва вина.

Сучасні проблеми вітчизняної виноробної галузі та підвищення конкурентоспроможності підприємств досліджувались вітчизняними фахівцями, такими, як Гетьман О.О., Янковий О.Г., Карпов В.А., Андрейченко А.В., Балджи М.Д., Некрасова Л. А., Василейко Д. Е. та інші, однак негативні зміни галузі виноробства в країні свідчать про необхідність подальшого пошуку шляхів вирішення проблем.

Метою кваліфікаційної роботи є аналіз стану кон'юнктури ринку виноробної галузі в Україні для виявлення перспектив його розвитку та впливу на загальний стан економіки країни.

Мета роботи зумовила постановку таких **завдань**:

- визначити сутність та особливості дослідження кон'юнктури;

- дослідити методичні підходи аналізу кон'юнктури ринку;
- з'ясувати основні методи прогнозування кон'юнктури ринку;
- описати загальну характеристику сировинної бази виноробства України;
- дослідити сучасний стан ринку вина в Україні;
- проаналізувати зовнішньоекономічну активність на ринку вина;
- виявити ключові проблеми ринку вина в Україні;
- спрогнозувати розвиток ринку вина в країні;
- розробити пропозиції щодо підвищення ефективності функціонування ринку вина в Україні.

Об'єктом дослідження є ринок вина в Україні, який зазнав різких змін за часи існування країни, його стан та перспективи розвитку.

Предметом дослідження є теоретичні, методологічні та практичні аспекти кон'юнктурних досліджень.

Методи дослідження. Для вирішення поставлених завдань у кваліфікаційній роботі на здобуття освітнього ступеня магістра було використано наступні методи:

- порівняльний метод – отримання нової інформації не тільки про властивості порівнюваних явищ, а й про їх прямих і непрямих взаємозв'язках, про загальну тенденцію їх функціонування та розвитку;

- розрахунково-аналітичний та структурно-динамічний методи – при визначенні проблем, тенденцій та перспектив розвитку підприємства, що досліджується;

- метод експертних оцінок – при визначенні основних характеристик.

Інформаційною базою дослідження слугували: нормативно-правові акти та законодавство України, наукові видання українських авторів, маркетингові дослідження вчених, офіційні статистичні дані, матеріали конференцій та інші Інтернет-ресурси, присвячені проблемам та особливостям функціонування українського ринку вина.

Структура та обсяг роботи. Кваліфікаційна робота магістра складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (51 найменування). Загальний обсяг роботи становить 89 сторінок. Основний зміст викладено на 73 сторінках. Робота містить 11 таблиць, 7 рисунків.

Публікації. За результатами дослідження підготовлено публікацію на тему: «Сучасний стан ринку вина в Україні: проблеми та шляхи їх вирішення» у студентському збірнику ФЕУП ОНЕУ.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі «**Теоретичні аспекти дослідження кон'юнктури ринку**» розглянуто сутність та особливості кон'юнктурних досліджень; досліджено методичні підходи аналізу кон'юнктури ринку; виявлено основні методи прогнозування кон'юнктури ринку.

У другому розділі «**Дослідження кон'юнктури ринку вина України**» проведено загальну характеристику сировинної бази виноробства України,

проаналізовано сучасний стан ринку вина в Україні; проаналізована зовнішньоекономічна активність на ринку вина.

У третьому розділі «*Прогнозування кон'юнктури ринку вина в Україні*» зроблено прогноз стану ринку вина України.

ВИСНОВКИ

Проведене дослідження дозволило зробити такі висновки, основні з яких такі.

1. Визначено сутність та особливості дослідження кон'юнктури. Це економічна ситуація, що складається на ринку і характеризується рівнями попиту та пропозиції, ринковою активністю, цінами, обсягами продажів, рухом процентних ставок, валютного курсу, заробітної плати, дивідендів, а також динамікою виробництва і споживання.

2. Досліджено, що для кон'юнктури потрібні постійні, безперервні дослідження та прогнози. Тому виникає необхідність методологічної основи, яка буде враховувати найбільшу кількість факторів, принципів, показників та методів. Результати кон'юнктурних досліджень можуть бути використані для різних цілей, таких як складання економічних та технічних прогнозів, визначення перспективних напрямів наукових досліджень, складання бізнес-планів, оскільки результати таких досліджень дають змогу знизити ризики під час проектування.

3. З'ясовано основні методи прогнозування кон'юнктури ринку. Правильне застосування кореляційних методів дає змогу зрозуміти глибинну сутність процесів взаємозв'язків. Кореляційні зв'язки виявляються не в кожному окремому випадку, а в середньому для багатьох випадків. У цих зв'язках між причиною і наслідком немає повної відповідності, а спостерігається лише певне співвідношення. Особливості кореляційних зв'язків породжують у теорії кореляції два завдання визначити теоретичну форму зв'язку (регресійний аналіз) і виміряти щільність зв'язку (кореляційний аналіз). Перше полягає в тому, щоб знайти форму функціонального зв'язку, яка найбільшою мірою відповідає суті кореляційної залежності. Друге – виміряти за допомогою спеціальних показників, якою мірою кореляційний зв'язок наближається до зв'язку функціонального.

4. Описано загальну характеристику сировинної бази виноробства України. Підприємства первинного виноробства основних виноградарських регіонів України розташовані в Одеській, Миколаївській, Херсонській, Запоріжській та Закарпатській областях. З 2016 року починається збільшення обсягу виробництва винограду: з 3777,8 тис. ц у 2016 році до 4326,0 тис. ц у 2018 році. Урожайність винограду збільшилась в півтора рази, починаючи з 2011 року по 2014 рік, з 2014 року почалося зменшення урожайності, яке припинилося в 2016 році, склавши 88,4 ц з 1 га. Починаючи з 2017 року почався зріст урожайності до 114,9 ц з 1 га у 2018 році.

5. Досліджено сучасний стан ринку вина в Україні. Виробництво вина характеризується спадом виробництва вина у період з 2011 по 2013 рік з 17,0 млн дал до 11,7 млн дал відповідно. З 11,7 млн дал у 2013 році виробництво впало до 6,1 млн дал в наступному році, тобто майже в 2 рази. Наступні роки характеризуються рецесією виноробної галузі до 2017 та 2018 років, коли почалося незначне зростання темпів виробництва вина.

6. Проаналізовано зовнішньоекономічну активність на ринку вина. Можна зробити висновок, що протягом періоду з 2011 року по 2019 рік існує тенденція переважання імпорту над експортом. До того ж, ця тенденція збільшується з 2015 року. Основними постачальниками вина на територію України на 2018 рік є: Італія – 25%, Грузія – 19,1% та Франція – 14,3%. У вартісному вимірі їх частки рівні 24,410 тис. доларів, 18,656 тис. доларів і 13,961 тис. доларів відповідно. На 2018 рік торговий баланс України від'ємний і склав – 90,054 тис. доларів. Основними країнами, куди експортуються вина з України на 2018 рік є: Казахстан – 17,8%, Китай – 13,5%, Азербайджан – 8,7%. У вартісному вимірі їх частки рівні 1,342 тис. доларів, 1,021 тис. доларів та 656 тис. доларів відповідно. На 2018 рік торговий баланс України від'ємний і склав – 90,054 тис. доларів. Таке перевищення імпорту над експортом вкрай негативно впливає на вітчизняне виробництво, оскільки в цьому випадку імпорт частково заміщає долю вітчизняного виробництва на внутрішньому ринку.

7. Виявлено ключові проблеми ринку вина в Україні. З анексією Криму Україна втратила не менше 35% площ виноградників. У зв'язку з цим, звичайно, утворився дефіцит, і ціни на виноматеріал в момент виростили на 20% і продовжують щорічно зростати. По суті, всі українські виробники зіткнулися з однією і тією ж проблемою – пошуком виноматеріалу на материку. Це породжує досить високу конкуренцію, ставлячи виробника готової продукції в не дуже вигідні умови, тому що найчастіше зростання ціни далеко не завжди пов'язаний з високою якістю товару або складним сезоном.

8. Спрогнозовано розвиток ринку вина в країні. За результатами кореляційно-регресійного аналізу, найбільший вплив на виробництво вина мають фактори посівних площ винограду, показник врожайності винограду та фактор часу. Розрахунок точкового прогнозу виробництва вина на базі тренду поліноміального типу показав, що цей показник у 2020 р. буде складати 7,8376 млн дал, при чому обрана лінія тренду достатньо точно описує варіацію емпіричних даних. Прогнозне значення виробництва вина в Україні на 2020 р., отримане за допомогою STATISTICA7 від StatSoft складає 7,51813 млн дал. Відхилення склало 4,25%, що каже про високу точність побудованих різними методами прогнозів.

9. Розроблено пропозиції щодо підвищення ефективності функціонування ринку вина в Україні. Для підвищення конкурентоспроможності як цілої галузі, так і підприємств виноградарства та виробництва, ефективності діяльності підприємств і посилення позицій українського вина як всередині ринку країни, так і на міжнародному рівні, повинна бути створена державна концепція розвитку, яка буде включати в себе: визначення пріоритетним розвиток виноградарства та виноробства, популяризація вітчизняного вина на державному рівні, створення бренду «Українське вино»; підвищення рівня державної підтримки та комплексний підхід до проблем з боку держави; інноваційно-інвестиційне зміцнення матеріальної та технічної бази виноградно-виноробної галузі, впровадження екологічно безпечних, ресурсо- та енергозберігаючих технологій; розробку галузевої нормативної і технологічної документації задля забезпечення якості продукції, яка відповідає положенням та вимогам Європейського Співтовариства; удосконалення системи

управління у виноградно-виноробній галузі; оптимізацію і спрощення існуючого законодавства; здійснення заходів щодо забезпечення розвитку інфраструктури ринку виноробної продукції, захисту ринку від імпортової винопродукції та сировини низької якості; підвищення ролі науки й освіти, розробку програми підтримки досліджень, розвитку дорадництва; збереження трудових ресурсів, формування ефективної системи забезпечення галузі кадрами шляхом підготовки фахівців за цільовим направленням та залучення молодих фахівців для роботи у виноградарстві й виноробстві на мотивуючих їх умовах.

АНОТАЦІЯ

Маргарян Едуард Шаенович, «Дослідження та прогнозування кон'юнктури ринку (на прикладі ринку вина України)».

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня магістра зі спеціальності: «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» за магістерською програмою професійного спрямування «Економіка, планування та управління бізнесом». – Одеський національний економічний університет. – м. Одеса, 2019 рік

Розглянуто поняття та особливості дослідження кон'юнктури ринку, методичні підходи щодо аналізу та прогнозування кон'юнктури ринку, особливості оцінки ринкової кон'юнктури вина.

Надано загальну оцінку стану ринку вина України; виявлено специфіку ринку вина.

Визначено основні проблеми галузі; зроблено прогноз стану ринку вина України.

Ключові слова: кон'юнктура ринку, прогнозування, вино, виробнича функція, трендові моделі, кореляційно-регресійний аналіз.

ANNOTATION

Marharian Eduard "Research and forecasting of market conjuncture (on the example of the wine market in Ukraine)".

Thesis for Master degree in specialty "Entrepreneurship, Trade and Stock Exchanges" under the program "Economics, Planning and Business Management". – Odessa National Economic University. – Odessa, 2019

The concept and features of market conditions research, methodical approaches to analysis and forecasting of the market conditions, features of the market situation assessment of bread and bakery products are considered.

The general assessment of the market of wine of Ukraine is given; the specifics of the wine market are revealed.

The basic problems of the branch are determined; the forecast of the market of wine of Ukraine is made.

Keywords: market conditions, forecasting, wine, production function, trend models, correlation-regression analysis.

