

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Кафедра економіки, права та управління бізнесом

Допущено до захисту

Завідувач кафедри

Н. В. Сментина

“___” грудня 2017 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

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 соків)»

Виконавець

студентка VI курсу ФЕУП

Чебаненко Вікторія Віталіївна _____

Науковий керівник

д.е.н., доцент

Сментина Наталія Валентинівна _____

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ КОН'ЮНКТУРНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ ТОВАРНИХ РИНКІВ	
1.1. Кон'юнктура ринку: поняття, необхідність та основні завдання аналізу	6
1.2. Методи кон'юнктурних досліджень.....	14
1.3. Особливості дослідження кон'юнктури ринку споживчих товарів	18
РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ КОН'ЮНКТУРИ РИНКУ СОКІВ	
2.1. Особливості державного регулювання галузі виробництва соків в Україні.....	26
2.2. Загальна характеристика кон'юнктурних змін на світовому ринку соків: позиції та перспективи України.....	34
2.3. Аналіз кон'юнктури ринку соків України.....	41
РОЗДІЛ 3. ПРОГНОЗНІ ПЕРСПЕКТИВИ РИНКУ СОКІВ УКРАЇНИ	
3.1. Перспективи та тенденції розвитку українського ринку соків, нектарів.....	50
3.2. Прогнозування кон'юнктурних показників ринку соків України.....	58
ВИСНОВКИ	67
Список використаних джерел	71

ВСТУП

Актуальність теми дослідження обумовлюється наявними проблемами сокових товаровиробників щодо реалізації виробленої продукції як завершального етапу руху продукції із сфери виробництва у сферу споживання або у сферу переробки. Саме тому вважаємо за необхідне дослідити кон'юнктуру ринку сокової продукції та обґрунтувати шляхи оптимізації його перспективного розвитку. Цей ринок є перспективним і динамічним. Україна за своїми кліматичними та ґрунтово-геологічними умовами має унікальні можливості для вирощування і виробництва плодово-овочевої продукції та виготовлення фруктових і овочевих соків, соковмісних напоїв у широкому асортименті.

Ефективне функціонування та розвиток галузі безалкогольних напоїв потребує здійснення ґрунтовних досліджень кон'юнктури ринку. Адже саме кон'юнктурні спостереження забезпечують отримання об'єктивної інформації про стан, тенденції розвитку, проблемні аспекти ринку сокової продукції, що сприяє отриманню конкурентних переваг та мінімізації ризику внаслідок здійснення господарської діяльності, а також обрати відповідний сегмент ринку, ринкову нішу, обрати вірний напрям диверсифікації, встановити оптимальні ціни на вироблену сокову продукцію.

Дослідження кон'юнктури ринку соків охоплює широке коло питань виробничого, економічного, комерційного та технічного характеру, що забезпечує виявлення основних напрямів господарської діяльності та розвитку підприємств, здійснення оцінки економіко-фінансових показників, сформованих у певний період часу як результат взаємодії сукупності чинників. Дослідженням ринкової кон'юнктури займалися видатні економісти та учені: Ф. Котлер, Ханк Д. Е., Клинов В. Г. та інші.

Також дослідження ринкової кон'юнктури представлені у працях Карпова В. А., Кучеренко В. Р., Горбаченко С. А., Грінченко Р.В. та інших.

Мета і завдання роботи. Метою роботи є дослідження теоретико-методологічних основ кон'юнктури ринку споживчих товарів, визначення та оцінка перспектив та тенденцій розвитку українського ринку соків.

Для досягнення поставленої мети визначені такі завдання:

- дослідити поняття, необхідність та основні завдання кон'юнктурних досліджень товарного ринку;
- розглянути методи кон'юнктурних досліджень;
- визначити особливості дослідження кон'юнктури ринку споживчих товарів;
- з'ясувати особливості державного регулювання галузі виробництва соків в Україні;
- охарактеризувати кон'юнктурні зміни на світовому ринку соків;
- проаналізувати кон'юнктуру ринку соків України;
- розглянути перспективи та тенденції розвитку українського ринку соків, нектарів;
- спрогнозувати значення кон'юнктурних показників ринку соків України.

Об'єкт роботи – процес дослідження та прогнозування кон'юнктури ринку соків.

Предметом дослідження є теоретичні, методологічні аспекти кон'юнктурних спостережень на ринку споживчих товарів.

Методи дослідження. У роботі використано загальнонаукові методи і прийоми дослідження, зокрема: історичний, діалектичний, абстрактно-логічні методи, а також метод аналізу – для деталізації та розділення об'єкта дослідження на окремі важливі складові елементи; порівняння для зіставлення даних галузі у динаміці; табличний (графічний) – для наочного відображення результатів дослідження і інші економіко-статистичні прийоми. Застосована комп'ютерна програма Excel.

Інформаційна база дослідження. Інформаційною базою дослідження слугували фундаментальні положення теорії кон'юнктурного аналізу, законодавство України про соки та ринок соків в Україні, а також державні цільові програми, офіційні статистичні матеріали державної служби статистики України, результати наукових узагальнень дослідників щодо ситуації на ринку соків України і світу.

Публікації та апробація результатів дослідження. За результатами дослідження підготовлена стаття на тему «Прогнозні перспективи на ринку соків України», яка опублікована у виданні «Науковий студентський вісник» факультету економіки та управління підприємництвом.

ВИСНОВКИ

1. Згідно з найбільш широким визначенням, кон'юнктура – це сукупність факторів та обставин, які формують стан якого-небудь середовища і впливають на здійснення і результати процесів, що в цьому середовищі відбуваються. Ринкова кон'юнктура – це конкретна економічна ситуація, яка склалась на ринку в даний момент або в обмежений відрізок часу. Основними завданнями кон'юнктурних досліджень є:

- визначення об'єкту кон'юнктурного аналізу;
- збір та опрацювання кон'юнктурної інформації про об'єкт дослідження;
- оцінка особливості стану досліджуваного ринку, виявлення поведінки суб'єктів, що діють на ринку;
- оцінка та аналіз потенціалу та основних пропозицій досліджуваного ринку;
- виявлення основних тенденцій розвитку ринку, його коливання, сезонність і цінність.

2. Сучасні економісти мають на озброєнні різноманітний і потужний інструментарій аналізу кон'юнктури світових товарних ринків. Серед основних груп методів можна назвати такі:

- експертні оцінки;
- статистичні методи;
- регресійно-кореляційний аналіз;
- графічні методи;
- математичні методи.

3. На сьогодні в Україні в національній системі стандартизації в галузі виробництва плодово-ягідної продукції створені і працюють наступні технічні комітети стандартизації: ТК 23 Продукція садів, виноградників і виноробна продукція; ТК 24 Продукти з овочів і фруктів та устаткування для їх переробки;

ТК 154 Соки та соковмісні продукти. Зазначені технічні комітети стандартизації розробляють національні стандарти на плодово-ягідні соки, свіжі фрукти, овочі, ягоди та продукти їх переробки, які містять вимоги до якості продукції, та стандарти на методи контролювання показників якості продукції, правила приймання плодово-ягідної продукції, пакування, маркування тощо.

Держспоживстандарт України, у межах своєї компетенції, бере активну участь щодо покращення ситуації при виготовленні та реалізації сокової продукції. В першу чергу це стосується розробки нормативних документів.

Активну участь в процесі розробки нормативної бази беруть і українські провідні виробники сокової продукції такі як Сандора, Вітмарк, Ерлан, оскільки стандартизація відіграє значну роль у забезпеченні виробництва конкурентно спроможної та доброякісної продукції, захисту навколишнього середовища, дбайливого використання природних та інших ресурсів як основи постійного розвитку національної економіки.

Одним із основних напрямків державної політики України в області харчування населення є формування законодавчої і нормативної бази:

- удосконалення нормативної і законодавчої бази, яка регулює виробництво, зберігання, транспортування, збут, реалізацію, якість, безпеку продовольчої сировини і харчових продуктів;
- розробка системи законодавчих актів відносно збільшення відповідальності виробника за якість та безпеку харчових продуктів;
- створення та удосконалення нормативної бази продуктів дитячого харчування, лікувально-профілактичного та дієтичного харчування.

4. В усьому світі соки та нектари традиційно користуються сталим попитом. Одна з ніш найбільшого приросту та великої ємності – ринок натуральних соків. Світовий ринок натуральних соків – відносно нова ніша на ринку соків, це соки без домішок та свіжовіджаті. В індустріально розвинених країнах на частку соків першого вичавлювання припадає 20% ринку. Недавно також з'явилася технологія виробництва свіжовичавлених заморожених соків. Вони мають форму блоків і після відповідної технологічної обробки

розливаються як звичайні свіжовичавлені соки. В останні роки ринок динамічно розвивається. Об'єм виробництва щорічно зростає на 10-30%, а експорт збільшується в середньому на 25%. Даний ринок ще не є глибоко дослідженим, тому існує необхідність розглянути основні тенденції. Світовий ринок натуральних соків зростає, він становить близько 17% усього ринку соків.

5. Український ринок соків і сокових напоїв в останні роки динамічно розвивався. Об'єм виробництва щорічно зростає на 10-40%, а експорт збільшується в середньому на 45%. Середньостатистичний українець споживає близько восьми літрів соків на рік, тоді як росіянин – 12, європеєць – 30, а американець – 60 літрів. Отже, для вітчизняних виробників соків і сокових напоїв існує значний потенціал. Основну частку виробництва сокової продукції (більше 44%) складають купажовані соки. Найбільшу частку в загальному обсязі продажу в Україні сьогодні займають: томатний сік (21%), апельсиновий сік (17%), нектар, "Мультивітамін" (15%) та по 12% належить сокам "Яблуко" та "Виноград".

6. Останнім часом одержало розвиток виробництво напоїв на основі натуральних фруктових і овочевих соків, у тому числі газованих, у яких частка фруктової частини коливається від 35 до 50%. Ці напої містять біологічно активні й живильні речовини натуральних соків і по органолептичним властивостям і харчовій цінності перевершують звичайні безалкогольні напої, у яких частка фруктової частини не перевищує 15%, а інші 85% припадає на воду, синтетичні ароматизатори й барвники. Асортиментна політика виробників останнім часом придбала яскраво виражений інноваційний характер. Причому продуктова ланка розширювалася не тільки й не стільки за рахунок нових смаків, скільки за рахунок нових концепцій торговельних марок. Однією з головних тенденцій розвитку вітчизняного сокового ринку є стрімке зростання ємності низького цінового сегмента. В 2015 році частка низького цінового сегмента зросла з 18,8 до 31,8% і продовжує збільшуватися. Перспективним є вихід на ринок ЄС, який можливий за 2 напрямками:

встановлення договорів з ритейлерами у форматі випуску ВТМ, або преміальної продукції під адаптованим власним брендом. Особливу увагу варто приділити сокам nfc, а також смузі, оскільки різниця між вартістю цих продуктів на внутрішньому і зовнішньому ринку є достатньо суттєвою для отримання виробником прибутку. Одними з основних переробних плодів є яблука і виноград, можлива організація переробки відходів від яблук для виробництва пектину, а винограду – для ефірної олії.

7. За розрахунками, в Україні не очкується суттєвих змін у площах, які відведені для вирощування овочів та матиме місце зниження площі для вирощування плодів та ягід. Прогноз рівня врожайності овочів, плодів та ягід свідчить, що виробники овочів, плодів та ягід покращують умови вирощування продукції, тому в майбутньому обсяг виробництва в даних галузях рослинництва залишатиметься майже на рівні попередніх років. Зменшення обсягу виробництва овочів, плодів та ягід, частково, негативно вплине на обсяг виробництва соків в Україні, який буде стрімко зменшуватись до 2018 року.

Список використаних джерел

1. Серажим В. І. Кон'юнктура // Українська дипломатична енциклопедія: У 2-х т. /Редкол.:Л. В. Губерський (голова) та ін. — К: Знання України, 2004 — Т.1 — 760 с.
2. Проблеми кон'юнктурних досліджень ринків товарів та послуг в Україні. Монографія / Під науковим керівництвом д.е.н., професора Ковальова А.І./ - Одеса: Атлант, 2010. – 13 с.
3. Клинов В. Г. Экономическая конъюнктура. Факторы и механизмы формирования. М.: Экономика, 2005. С. 19.
4. Перерва, П.Г. Показники і критерії оцінки кон'юнктури товарного ринку / П.Г. Перерва, Т.О. Кобелева // Маркетинг інновацій і інновації в маркетингу: збірник тез доповідей П'ятої міжнародної науково-практичної конференції , м. Суми, 29 вересня-1 жовтня 2011 року / Гол. ред. С.М. Ілляшенко — Суми : ТОВ «ТД «Папірус», 2011. — С. 161-163.
5. Карпов В.А., Кучаренко В.Р. Маркетинг: прогнозування кон'юнктури ринку: Навч. посіб. – К.: Знання, КОО, 2001. – 215 с.
6. Голубков Е. П. Основы маркетингу. Підручник. 2-е видання. - М., 2003. - С. 119.
7. Котлер Ф. Основы маркетингу. - М., 2002. - С. 175.
8. Пазуха М.Д. Кон'юнктура світових товарних ринків. К.:ЦУЛ, 2012.- С. 78.
9. Кучаренко В.Р., Андрейченко А.В., Горбаченко С.А., Грінченко Р.В. Аналіз ринкової кон'юнктури.- Одеса: ОНЕУ, 2014.- 345 с.
10. Енциклопедія підприємця: Сост. С.М. Синельников, Т. Г. Соломонік, М.Б. Биржаков та ін - СПб., 1994. - С. 267.
11. Гонтар В.М. Дослідження кон'юнктури світових товарних ринків. – Навчальний посібник під редакцією професора Тимчука М.Ф. – К.: ІММБ. – 1998.-68с.

12. Ханк Д. Э. Бизнес-прогнозирование / Д. Э. Ханк, Д. У. Уичерн, А. Дж. Райтс. – 7-е изд.: Пер. с англ. – М.: Изд. дом «Вильямс», 2013. – 656 с.
13. Котлер Ф. Основы маркетингу: пров. з англ. - М., 1995. - С. 174.
14. Клебанова Т. С. Моделирование экономики. Уч. пособие. / Т. С. Клебанова, В. А. Забродский, О. Ю. Полякова, В. Л. Петренко. – Харьков: Изд. ХГЭУ, 2014. – 140 с.
15. Малхотра Нэреш К. Маркетинговые исследования. Практическое руководство. – 3-е изд.: Пер. с англ. – М.: Изд. дом «Вильямс», 2013. – 960 с.
16. Навчальний посібник: Основы маркетингу: Ю.В. Морозов. - М., 2015. - С. 186.
17. Оболенцева Л. В. Кон'юнктурні дослідження галузевого ринку: підручник / Л. В. Оболенцева; Харк. нац. акад. міськ. госп-ва. – Х. : ХНАМГ, 2016. – 249 с.
18. Старостіна А. Маркетингові дослідження : Практичний аспект/ Алла Старостіна,. -К.; М.; СПб: Вільямс, 1998. -261 с.
19. Окландер М. А. Поведінка споживача : навч. посіб. / М. А. Окландер, І. О. Жарська – К. : Центр учбової літератури, 2015. – 208 с.
20. Основы споживчих знань : навчальний посібник для вищих навчальних закладів / С. А. Вегера, А. С. Єрохіна, К. О. Максименко, Н. В. Притульська, Р. Ю. Ханик-Посполітак; за заг. ред. К. О. Максименко, О. В. Овчарук – К.: К.І.С., 2008. – 192 с
21. Косенков С. І. Маркетингові дослідження : Навчальний посібник/ С. І. Косенков; Ред. Ю. Харковий. -К.: СКАРБИ, 2004. -464 с.
22. Войчак А. Маркетингові дослідження : Навчально-методичний пос. для самостійного вивчення дисципліни/ Анатолій Войчак,; М-тво освіти і науки України, Київський нац. економ. ун-т. -К., 2014. -119 с.
23. Маркетинг у прикладах і завданнях : Навч. посібник / За ред. С. М. Ілляшенка. -Суми: Університетська книга, 2013. -399 с.

24. Войчак А. Маркетингові дослідження : Навчально-методичний пос. для самостійного вивчення дисципліни/ Анатолій Войчак,; М-тво освіти і науки України, Київський нац. економ. ун-т. -К., 2001. -75с.
25. Балабанова Л.В. Маркетинг: Підручник. – 2-ге вид., перероб. і доп. – К.: Знання-Прес, 2015. – 645 с.
26. Вплив гіпобаричних умов та способу вилучення соку на зміни його в'язкості / Т.Ю. Суткович, В.Я. Плахотін // Харчова наука і технологія. Науково-виробничий журнал. - №3(8), 2015. – 16 с.
27. Продукти лікувально-профілактичного призначення на основі низькометоксильованого пектинового екстракту / Москалюк І.В. //Аграрний вісник Причорномор'я. Збірник наукових праць. - № 55, 2016.– С. 13-15
28. Аутентичність сокової продукції: проблеми та шляхи їх вирішення / Романенко І., Фоміна С.//Стандартизація, сертифікація, якість Науково-технічний журнал. - №2, 2016. –С. 4-21
29. Подпряттов Г.І., Скалецька Л.Ф., Сеньков А.М. Т : Навч. посібник. — К.: Вища освіта, 2012. –272 с.
30. Скрипников Ю.Г. Технологія переробки плодів і ягід — К.: Урожай, 1991. – 223 с.
31. ДНАОП Законодавча база: стандарти (ГОСТ, ДСТУ) [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://dnaop.com/398/2464/>
32. Мартинов А. Ю. Світова організація торгівлі // Енциклопедія історії України : у 10 т. / редкол.: В. А. Смолій (голова) та ін. ; Інститут історії України НАН України. — К. : Наук. думка, 2012. — Т. 9 : Прил — С. — С. 478
33. Директива Ради 2001/11/ЄС від 20 грудня 2001 року [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/994_a24
34. Должанський І.З. Конкурентоспроможність підприємства : [навч. посіб.] / І.З. Должанський, Т.О. Загорна. – Київ : Центр навчальної літератури, 2015. – 384 с.
35. Business in Poland. Who dares? [Електроннийресурс]. – Режимдоступу : <http://www.tastingpoland.com/blog/pl-business-who-dares.html>.

36. Царенко О.В. Методи оцінки конкурентних переваг галузі промислових регіонів України / О.В. Царенко // Економічний простір. – 2015. – № 23/1. – С. 195–207.

37. Черкесова Е. О рыночных баталиях и сочных реалиях / Е. Черкесова // Напитки. – 2008. – № 8. – С. 32–36.

38. Каракай Ю.В. Національні особливості інноваційного розвитку / Ю.В. Каракай // Стратегія розвитку України. – 2004. – № 3. – С. 46–50.

39. Інформаційно-статистичний сайт [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.indexmundi.com/poland.

40. Аналітично-статистичний сайт [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://ukrexport.gov.ua/ukr/analiz_v_rinkiv/pol/1923.html.

41. Зозульов О.В. Маркетингові стратегії обхвату ринку та їх зв'язок з економічними аспектами діяльності підприємства / О.В. Зозульов // Економіка: проблеми теорії та практики. – Дніпропетровськ : ДНУ, 2003. – Вип. 185. – С. 671– 677.

42. Міністерство економічного розвитку і торгівлі України [Електронний ресурс].- Режим доступу: <http://www.ukrexport.gov.ua/ukr/prom/ukr/3693.html>.

43. Державна підтримка українського експорту [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrexport.gov.ua/ukr/prom/ukr/3698.html>.

44. Мельник, І. В. Тенденції розвитку українського ринку соків / І. В. Мельник // Облік і фінанси АПК.– 2010. – № 1. – С. 141-144.

45. Євтушевська, О. О. Тенденції розвитку українського ринку соків, нектарів, напоїв, що містять сік, морсів/ О. О. Євтушевська, С. І. Бабуріна // Економіка харчової промисловості. – 2017. – № 3. – С. 46-52.

46. Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>

47. Исследование рынка соков в Украине: анализ производства и потребления [Електронний ресурс]. – Режим доступу:

<https://koloro.ua/blog/issledovaniya/issledovanie-rynka-sokov-v-ukraine-analiz-proizvodstva-i-potrebleniya.html>

48. Офіційний сайт компанії «Вітмарк-Україна» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.vitmark.com>

49. Офіційний сайт компанії «Ерлан» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.biola.ua>

50. Офіційний сайт компанії «Сандора» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.sandora.mk.ua>

51. Офіційний сайт компанії ІП «Кока-Кола Беверіджиз Україна» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://coca-colahellenic.com.ua>

52. Цопа М. Дослідження споживчих переваг на ринку безалкогольної продукції і соків як передумова планування збутової діяльності виробничих підприємств/М. Цопа // Маркетинг в Україні. – 2014. – № 4. – С. 48-55.

53. ДСТУ 4283.1:2007 Соки та сокові продукти. Частина 1. Терміни та визначення понять. – Введ. 2007–04–04. – К.: Держспоживтандарт України 2007, 12 с.

54. Kumar N. Private Label Strategy: How to Meet the Store Brand Challenge / N. Kumar, J. Steenkamp., 2015. – 288 с. – (Harvard Business Review Press)

55. Державна служба статистики України [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

56. Ринок соків, нектарів та соковмісних напоїв. Україна. 2016 рік. [Електронний ресурс]. – 2016. – Режим доступу до ресурсу: http://www.marketing.net.ua/view_markets.php?num=40891.

57. Вичавити соки. В Україні скорочується випуск соків [Електронний ресурс]. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: <http://ua1.com.ua/publications/vichaviti-soki-v-ukrajini-skorochuetsya-vipusk-sokiv-7439.html>.

58. Ринок соків, нектарів та соковмісних напоїв. Україна. 2017 рік. [Електронний ресурс]. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: http://www.marketing.net.ua/view_markets.php?num=47151

59. Площі, валові збори та урожайність сільськогосподарських культур, плодів, ягід та винограду [Електронний ресурс]. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: http://www.ukrstat.gov.ua/metaopus/2016/1-2_03_07_03_2016.htm

60. Виробництво і споживання сокової продукції [Електронний ресурс]. – 2016. – Режим доступу до ресурсу: http://www.aitico.com/index.php?option=com_content&view=article&id=150%3A2013-10-14-08-37-17&catid=43%3Anews&Itemid=163&lang=uk