

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКА НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ ХАРЧОВИХ
ТЕХНОЛОГІЙ
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ
ПРИКЛАДНОЇ ЕКОНОМІКИ І МЕНЕДЖМЕНТУ
ім. Г. Е. ВЕЙНШТЕЙНА**



ТЕЗИ

**II ВСЕУКРАЇНСЬКОЇ СТУДЕНТСЬКОЇ
НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ
«АКТУАЛЬНІ АСПЕКТИ СОЦІАЛЬНО-
ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ:
ПОГЛЯД МОЛОДІ»**

**2 – 3 КВІТНЯ 2020 р.
м. Одеса**

СТАН РИНКУ СОКІВ ТА НЕКТАРІВ В УКРАЇНІ

Дроздова Є.А. студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ММіЛ

Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса

Існуючий на сьогодні в Україні ринок виробництва соків та нектарів, свідчить про високе конкурентне середовище. Переважна частина продукції складається з ТОП-6 виробників, до яких відносяться: PepsiCo (ТМ «Сандора», «Садочок», «Сандорик»); Вітмарк (ТМ Jaffa, «Соковита», «Чудо-Чад», «Просто фрукти», «Наш сік», «Прямо сік»); Coca-Cola (ТМ Rich, Rich Kids, «Добрий»); Біола (Біола); Т.В. Fruit (ТМ Galicia, ТМ Filvarok); Private Label.

Лідерами українського ринку є дві компанії: «PepsiCo» та «Вітмарк». Сукупна частка двох виробників-лідерів в натуральному вираженні становить близько 76% як зазначено на рис. 1. Видова динаміка купівельних переваг не виявила значних коливань в періодах що підлягали аналізу, залишаючись стабільною (2017/2018 рр.), як зазначено на рис. 2.

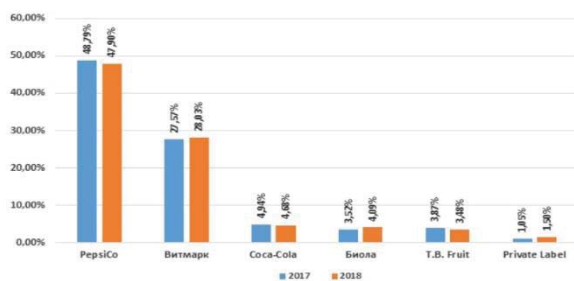


Рис.1. – ТОП-6 виробників українського ринку соків та нектарів, 2017-2018 рр., літр, %
Джерело: [1].

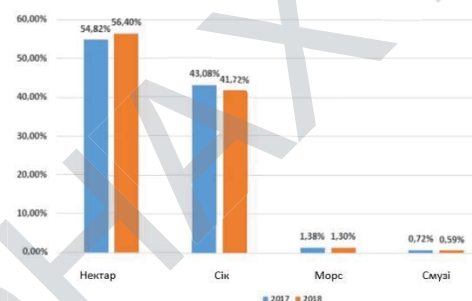


Рис.2. – Динаміка переваг по видам у галузі виробництва соків та нектарів, 2017/2018 (січень-жовтень) рр., л., %
Джерело: [1].

За останні декілька років виробництво у літрах зменшується, та підприємства щоб компенсувати втрату ринку та зменшення внутрішнього споживання України, змушені шукати шляхи виходу на нові ринки.

Експорт соків з України у першому півріччі 2019 року, в порівнянні з минулим роком виріс в три рази - з 22,3 тисячі тон до 67,9 тисячі тон. Про це йдеться в повідомленні асоціації "Український клуб аграрного бізнесу". Якщо розглядати взагалі експорт плодово-овочевих соків з України, то у період січень-червень 2019 року в вартісному вираженні експорт становив 54,8 млн доларів, за аналогічний період минулого року експортовано продукції на 27,9 млн доларів. "Україна виступає нетто-експортером соків - сальдо торгового балансу по сокам (експорт мінус імпорт) є позитивним і становить 38,7 млн. доларів", - йдеться в повідомленні [2].

Основною країною-споживачем українських соків за результатами першої половини поточного року стали США, об'єм поставок складає 23,6 млн доларів від всіх поставок сокової продукції за вказаний період. У склад трійки лідерів увійшли Канада - майже 8 млн. доларів, і Австрія - 7,2 млн. доларів. При

аналізуванні товарної структури соків, Україна найбільше експортувала яблучного соку 64,9 тис. тон та томатного - 3,1 тис. тон.

Зменшення імпорту соків свідчило про те, що Україна поступово витісняє іноземних конкурентів з внутрішнього ринку, заповнюючи його власною продукцією. В той же час нарощення експорту закріплювало позиції України на світовому ринку [3]. Проте, пандемія COVID-19 внесла різкі зміни у стан ринку соків та нектарів в Україні. Значно скоротився попит, що вже привело до скорочення виробництва та реалізації готової продукції як на внутрішньому так і на зовнішньому ринку. Майже повністю зупинилась як поставка вітчизняної готової продукції на експорт так і поставка сировини в Україну із інших країн.

Висновки:

За тривалим карантинном прийде затяжний спад ринку соків та нектарів. Україну, слідом за хвилею світової пандемії, може накрити хвилею світової економічної кризи. У цих умовах дуже складно прогнозувати, яким саме буде ринок [4]. Виробникам ринку соків та нектарів України слід зосередитися на наступних основних кроках: скорочення витрат; збереження клієнтів (підвищення рівня клієнтоорієнтованості); розвиток продажів (за будь яких обставин); уважне слідкування за асортиментом; збереження людського капіталу та впевненості співробітників у завтрашньому дні; гідне фінансове забезпечення робітникам, яких, можливо, доведеться скоротити.

Ринок є частиною глобальної економічної конструкції. Не може бути ситуації, коли весь удар кризи зазнав тільки окремих сегмент ринку. Тому важливо під час кризи провести перемови з усіма сторонами. Тільки у випадку договороспроможності українська економіка зможе вийти на докризові показники.

Науковий керівник: к.е.н., доц. Козак К.Б.

Література:

1. Обзор украинского рынка соков и сокосодержащих напитков в 2017-2018 гг. (январь-октябрь). Электронный портал топ-менеджеров оптовой и розничной торговли TradeMasterGroup. 28.12.2018, URL: <https://trademaster.ua/articles/312883>
2. Экспорт соків України зріс втричі. Сайт асоціації «Український клуб аграрного бізнесу». 19.07.2019 URL: http://ucab.ua/ua/pres_sluzhba/novosti/eksport_sokiv_z_ukraini_zris_vtrichi
3. Экспорт соків із України в 2019 році зріс на 60%. Сайт Аналітичне агентство Agriculture. 10.10.2019 URL: <http://www.agriagency.com.ua/news/27455.html>
4. Плеханов Д. Где предпринимателям и аналитикам искать свежие данные во время пандемии. Сайт РБК-Pro, URL: <https://pro.rbc.ru/demo/5e7dfbcc9a7947ddbe269dfb>

- Кульчинська Д.В., студ. ДВНЗ «ОКЕПГРБ»
ДВНЗ «Одеський коледж економіки, права та готельно-ресторанного бізнесу», м. Одеса
Науковий керівник — викладач вищої категорії Момотлива С.Л.
52. МЕТОДИЧНІ ТА ПРИКЛАДНІ АСПЕКТИ РОЗРОБКИ І АУДИТУ БІЗНЕС-ПЛАНУ У ПІДПРИЄМНИЦЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ
Тряпідин А. М., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ММіЛ
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса
Наукові керівники – к.е.н., доц. Бахчиванжи Л.А., к.е.н., ст. викл. Євтушок О.В., к.т.н., ст. викл. Значек Р.Р. 131
53. МАРКЕТИНГ ТА 4P. ЦІНОВА ПОЛІТИКА
Балєва К.Д., Тер А.В., студ. СВО «Бакалавр»
Коледж нафтогазових технологій, інженерії та інфраструктури сервісу
Одеської національної академії харчових технологій, м. Одеса 133
Науковий керівник – викладач. вищ. кваліфік. категорії Богач Ю. В.
54. МАРКЕТИНГОВІ СТРАТЕГІЇ У СОЦМЕРЕЖАХ
Карпенко К., студ. СВО «Бакалавр»
Коледж нафтогазових технологій, інженерії та інфраструктури сервісу
Одеської національної академії харчових технологій, м. Одеса 135
Науковий керівник – викладач. вищ. кваліфік. категорії Богач Ю. В.
55. МАРКЕТИНГОВА ДОЦІЛЬНІСТЬ СТВОРЕННЯ «КАФЕ НА КОЛЕСАХ» ЗДОРОВОГО ХАРЧУВАННЯ В М. ОДЕСІ
Черемуш В. К., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ММіЛ
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса
Наукові керівники – ст. викладач Голодонюк О.М., асистент Мільчева В.В. 138
56. СТАН РИНКУ СОКІВ ТА НЕКТАРІВ В УКРАЇНІ
Дроздова Є.А. студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ММіЛ
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса 143
Науковий керівник: к.е.н., доц. Козак К.Б.
57. ФОРМУВАННЯ ТА ПІДТРИМКА КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА ПАРФУМЕРНО-КОСМЕТИЧНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ
Кунцяк Н.О. студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ММіЛ,
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса 145
Науковий керівник: к.е.н., доц. Відоменко І.О.
58. УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ЗАКЛАДУ ГРОМАДСЬКОГО ХАРЧУВАННЯ
Христова Г.Ю. студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ММіЛ,
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса 147
Науковий керівник – к.е.н., доц. Відоменко І.О.
59. УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОДУКЦІЄЮ МЕРЕЖІ МАГАЗИНІВ ТОВ «МОДЕРН-ТРЕЙД» (СУПЕРМАРКЕТ 148