

ЗБІРНИК

НАУКОВИХ СТАТЕЙ МАГІСТРІВ

ФАКУЛЬТЕТ ТОВАРОЗНАВСТВА,
ТОРГІВЛІ ТА МАРКЕТИНГУ

ФАКУЛЬТЕТ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ,
ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО ТА
ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ

Частина 1



Полтава
2018

**Вищий навчальний заклад Укоопспілки
«ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ»
(ПУЕТ)**

ЗБІРНИК НАУКОВИХ СТАТЕЙ МАГІСТРІВ

**ФАКУЛЬТЕТ ТОВАРОЗНАВСТВА,
ТОРГІВЛІ ТА МАРКЕТИНГУ**

**ФАКУЛЬТЕТ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ,
ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО ТА
ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ**

Частина 1

**ПОЛТАВА
ПУЕТ
2018**

Друкується відповідно до наказу по університету № 186-Н від 03 вересня 2018 р.

Редакційна колегія:

Головний редактор – **О. О. Нестуля**, д. і. н., професор, ректор Вищого навчального закладу Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі» (ПУЕТ).

Заступник головного редактора – **С. В. Гаркуша**, д. т. н., професор, проректор з наукової роботи ПУЕТ.

Відповідальний секретар – **Н. М. Бобух**, д. філол. н., професор, завідувач кафедри української, іноземних мов та перекладу ПУЕТ.

Відповідальні редактори:

А. С. Ткаченко, к. т. н., декан факультету товарознавства, торгівлі та маркетингу ПУЕТ;

В. О. Скрипник, д. т. н., доцент, декан факультету харчових технологій, готельно-ресторанного та туристичного бізнесу ПУЕТ.

Члени редакційної колегії:

Г. О. Бірта, д. с.-г. н., професор (за спеціальністю Підприємництво, торгівля та біржова діяльність), завідувач кафедри товарознавства, біотехнології, експертизи та митної справи ПУЕТ;

П. Ю. Балабан, к. е. н., професор (за спеціальністю Товарознавство та комерційна діяльність), завідувач кафедри комерційної діяльності та підприємництва ПУЕТ;

Н. В. Карпенко, д. е. н., професор (за спеціальністю Маркетинг), завідувач кафедри маркетингу ПУЕТ;

Г. П. Хомич, д. т. н., професор (за спеціальністю Харчові технології), завідувач кафедри технології харчових виробництв і ресторанного господарства ПУЕТ;

Т. В. Капліна, д. т. н., професор (за спеціальністю Готельно-ресторанна справа), завідувач кафедри готельно-ресторанної та курортної справи ПУЕТ;

І. М. Петренко, д. і. н., професор (за спеціальністю Освітні, педагогічні науки), завідувач кафедри педагогіки та суспільних наук ПУЕТ.

Збірник наукових статей магістрів. Факультет товарознавства, торгівлі та маркетингу. Факультет харчових технологій, готельно-ресторанного та туристичного бізнесу : у 2 ч. – Полтава : ПУЕТ, 2018. – Ч. 1. – 297 с.

ISBN 978-966-184-326-3

У збірнику представлено результати наукових досліджень магістрів: спеціальності Підприємництво, торгівля та біржова діяльність освітні програми «Товарознавство і комерційна діяльність»; «Товарознавство та експертиза в митній справі»; спеціальності Маркетинг освітня програма «Маркетинг»; спеціальності Харчові технології освітні програми «Технології зберігання, консервування та переробки м'яса», «Технології в ресторанному господарстві»; спеціальності Готельно-ресторанна справа освітні програми «Курортна справа», «Готельно-ресторанна справа»; спеціальності Освітні, педагогічні науки освітня програма «Педагогіка вищої школи».

УДК [339.1+658.8+664+338.48](082)

*Матеріали друкуються в авторській редакції мовами оригіналів.
За виклад, зміст і достовірність матеріалів відповідальні автори.
Розповсюдження та тиражування без офіційного дозволу ПУЕТ заборонено*

ISBN 978-966-184-326-3

© Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі», 2018

ЗМІСТ

ЧАСТИНА 1

ФАКУЛЬТЕТ ТОВАРОЗНАВСТВА, ТОРГІВЛІ ТА МАРКЕТИНГУ

СПЕЦІАЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМНИЦТВО, ТОРГІВЛЯ ТА БІРЖОВА ДІЯЛЬНІСТЬ

Освітня програма «Товарознавство та експертиза в митній справі»

<i>Бабич Б.В.</i> Аналіз ринку шоколаду та кондитерських виробів в Україні	11
<i>Дудка В. Ю.</i> Ідентифікація виробів із золота	16
<i>Дяченко В. С.</i> Ультрафіолетові лампи для установок бактерицидного знезараження	21
<i>Демченко В. О.</i> Сучасний стан та тенденції розвитку ювелірного ринку в Україні.....	26
<i>Забелова К. Ю.</i> Порівняльне дослідження світлотехнічних параметрів сучасних джерел світла для головних фар автомобіля	32
<i>Кондратюк І. В.</i> Політетрафторитилен – полімер нового покоління.....	36
<i>Кгаєвський Д. М.</i> Інфрачервоні панелі для обігріву побутових приміщень	42
<i>Мироненко В. В.</i> Килими та килимові вироби на сучасному ринку України	49
<i>Патик В. Г.</i> Виявлення споживчих переваг, що визначають ситуацію на ринку макаронних виробів	52
<i>Синенко Є. П.</i> Синтетичні мийні засоби на сучасному ринку України.....	58
<i>Школяр Т. В.</i> Сучасні тенденції розвитку України на світовому ринку зерна.....	62
<i>Шевчук Я. В.</i> Дослідження фотобіологічної безпечності ламп для засмаги.....	68

ФАКУЛЬТЕТ ТОВАРОЗНАВСТВА, ТОРГІВЛІ ТА МАРКЕТИНГУ

СПЕЦІАЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМНИЦТВО, ТОРГІВЛЯ ТА БІРЖОВА ДІЯЛЬНІСТЬ ОСВІТНЯ ПРОГРАМА «ТОВАРОЗНАВСТВО ТА ЕКСПЕРТИЗА В МИТНІЙ СПРАВІ»

УДК 338.439

АНАЛІЗ РИНКУ ШОКОЛАДУ ТА КОНДИТЕРСЬКИХ ВИРОБІВ В УКРАЇНІ

Б. В. Бабич, *магістр спеціальності 076 Підприємництво,
торгівля та біржова діяльність освітня програма*

«Товарознавство та експертиза в митній справі»

Є. В. Хмельницька, *к. т. н., доцент – науковий керівник*

Анотація. У статті подана інформація про ринок шоколадних виробів в Україні, його динаміка за останні роки, описана позиція українських виробників солодошів на світовому ринку, проаналізовано експортні та імпорتنі операції за 2014–2017 рр. Визначено проблеми та перспективи розвитку кондитерської галузі в Україні.

Ключові слова: кондитерські вироби, шоколад експорт, імпорт, виробники-лідери.

Abstract. The article presents information about the market of chocolate products in Ukraine, its dynamics in recent years, describes the position of Ukrainian sweeteners in the world market, analyzes export and import operations for 2014–2017. The problems and prospects of the confectionery industry in Ukraine are analyzed.

Key words: confectionery, chocolate export, import, producer leaders.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із найважливішими науковими або практичними завданнями.

Ринок кондитерських виробів в Україні є ринком, який динамічно розвивається, оскільки, з одного боку, передові компанії витісняють менш потужних гравців, а з іншого – постійно з'являються нові гравці, які створюють конкурентне середовище. Сучасний кондитерський ринок України є одним з найбільших секторів харчової промисловості, характеризується стабільністю та стрімким зростанням, а також показує низький рі-

вень вразливості до негативних спадів в економіці країни та світу в цілому.

Кондитерський ринок в Україні за останні роки значно змінився, цьому посприяла економічна криза, девальвація гривні, зменшення купівельної спроможності населення, підвищення цін на товари та ситуація, що склалася на сході України, внаслідок чого великі власники втратили свої підприємства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Науковці завжди схильні до дослідження та вивчення кризових явищ в межах національної економіки. Проблемами розвитку вітчизняної кондитерської галузі займалися: Шашина М. В., яка досліджувала можливі шляхи удосконалення ресурсного потенціалу кондитерської галузі; Тюха І. В., Кравчук Н. В., які досліджували сучасні тенденції розвитку світового кондитерського ринку; Кроніковський Д. О., проводив аналіз економічних факторів впливу, та інші.

Метою статті є дослідження ринку шоколаду та кондитерських виробів в Україні, його недоліки та масштаби розвитку, позиція українських солодошів на світовому ринку.

Виклад основного матеріалу. Кондитерська галузь – одна з найрозвиненіших в українській харчовій промисловості, загальний обсяг виробництва підприємств складає більше 1 млн т 123 продукції на рік. Галузь є одним із провідних споживачів української сільськогосподарської сировини – цукру, борошна, крохмалю, молока тощо – на яку забезпечує значний попит. Це одна з небагатьох ланок харчової промисловості України, яка є самодостатньою, розвиненою, цілком сформованою та займає успішну позицію на європейському ринку. З 2014 року ринок кондитерських виробів показує тенденцію до зниження, на що вплинула внутрішня політика в державі та загострення бойових дій на сході України, що зумовило проблеми російського ринку збуту та втраті крупних фабрик.

За 2016 рік ситуація у виробництві солодошів покращується, порівняно з 2015 роком. Дослідження кондитерського ринку в Україні свідчить, що найбільшу частку займає продукція вітчизняного виробництва, що становить близько 95 % в загальному обсязі. Ринок кондитерських виробів України є висококонцентрованим, на ньому працює близько 800 компаній. [1]

Світовий кондитерський ринок поділяється на три сегменти: шоколадні, борошняні та цукристі кондитерські вироби. Най-

більший відсоток припадає на шоколадні вироби (63 % міжнародного ринку). Це обумовлено тим, що збільшився попит на споживання чорного шоколаду, виготовленого з натуральних інгредієнтів. Адже якість є головним критерієм у харчовій та у інших галузях. Лідером з виробництва шоколаду в Європі вважається Бельгія, яка випускає 172 тис. тон за рік. В Україні також переважає виробництво шоколадних виробів, досить розвинене борошняне, а велика частка цукристих виробів практично зосереджена у руках одного підприємства – корпорації «ROSHEN». [2]

Лідерами міжнародної торгівлі в кондитерській галузі за 2016–2017 рр. є MarsInc (США), MondelezInternational (США), Nestle SA (Швейцарія), FerreroGroup (Італія), MeijiCoLtd (Японія), HersheyCo (США). Українські виробники успішно вийшли на світовий ринок та посідають пріоритетні місця серед інших перспективних країн. Світовий рейтинг виробників кондитерських виробів за 2016 р. Представлено в таблиці 1.

Таблиця 1 – Світовий рейтинг виробників кондитерських виробів за 2016 р. [3]

Назва фірми	Чистий обсяг продажів (млн дол)	Кількість працівників	Кількість фабрик	Місце в світі
Mars Inc (США)	18 000	3400	52	1
Mondelez International (США)	12 900	100 000	156	2
Ferrero Group (Італія)	10 637	33 245	22	3
Roshen Confectionery Corp.	800	10 000	8	24
Konti Group	469	3 792	5	43
AVK Confectionery	275	3 500	3	67

На жаль, українські кондитерські підприємства не увійшли у десятку лідерів світової торгівлі. Проте, за даними Держстату України, кондитерська корпорація «Roshen» займає 24 місце, ПрАт «Конті» – 43, ПрАТ «АВК» – 67.

Чистий обсяг продажів українських виробників значно менший, ніж мають світові лідери. Найпотужнішою серед українських компаній є корпорація «ROSHEN», що налічує 8 фабрик, де працюють 10 000 працівників і чистий обсяг становить 800 млн доларів. На підприємстві Конті зосереджено 5 фабрик з

3792 працівниками, обсяг продажів становить 469 млн доларів, що на 1 % менше показника минулого року, а компанія АВК має 3 фабрики, де роблять 3 500 працівників, а чистий обсяг продажів становить 275 млн. дол.

Частка основних компаній – постачальників шоколаду та інших виробів з какао з України



Рисунок 1 – Основні вітчизняні постачальники шоколаду [2]

Протягом останніх років відбувся спад тенденції експорту, що був пов'язаний із закриттям російського ринку і проблемами з логістикою в країнах СНД, проте українські кондитери знову підвищують кількість поставок своєї продукції за кордон.

За січень 2016 року експорт становив 8 606,9 тис. т., а за січень 2017 року – 14 390,9 тис. т., що свідчить про зріст поставання українських виробів на світовому ринку. Експорт кондитерських виробів за підсумками 7 місяців 2017 року склав 202,5 млн дол., тобто зріс на 16 % у порівнянні з аналогічним періодом минулого року. У 2016 році показник експорту в європейські країни зріс у 8 разів.

До початку військового конфлікту на сході України (2014 р.), країною, в яку експортувалося найбільше кондитерських виробів, була Росія, але на сьогодні найбільшими покупцями української продукції є країни-сусіди та країни СНД: Казахстан – 19 %, Білорусь – 9 %, Азербайджан – 8 %, а також інші країни світу. [4]

Головною перевагою українських виробників на зовнішньому ринку найчастіше є ціна на вироби. Наприклад, досвідом підтверджується, що українська карамель на європейському ринку виграє порівняно з іншими виробниками за рахунок вартості. Крім того, перевагами українських виробників є також якість продукції, увага до оновлення асортименту, вивчення попиту на зовнішніх ринках та вдосконалення дизайну.

У найближчий час планується розглянути питання щодо виходу українських товарів не лише на європейські країни, але й на такі екзотичні ринки як Індія, Гана, Нігерія, Китай. Продукція кондитерської промисловості – це товари з доданою вартістю, тому потрібно збільшувати їх експорт на зовнішні ринки. Причиною зростання став активний процес переорієнтації експортерів кондитерських виробів на нові, часто не традиційні для України міжнародні ринки після втрати ринку збуту в Росії. [5]

Україні вдалось збільшити імпорт кондитерських виробів в порівнянні з 2015 роком. Різкий спад частки імпорту відбувся через закриття російського ринку для України. Основними постачальниками в Україну стали Німеччина, Польща, Туреччина, Нідерланди, Болгарія та ін. Основними проблемами розвитку кондитерського ринку в Україні є війна на сході України, внаслідок чого великі власники втратили свої підприємства; невідповідність продукції європейським нормам і стандартам якості; втрата ринку Росії, що призвело до пошуків можливостей експорту своєї продукції в інші країни. Щоб зайняти гідне місце серед провідних країн світу у галузі кондитерської торгівлі, Україні необхідно підвищити якість товарів, розширювати асортимент та впроваджувати нові види упаковки.

Висновки. Отже, аналізуючи стан ринку кондитерських виробів в Україні, слід зазначити, що в цілому кондитерська галузь України має передумови для успішного розвитку і високої конкурентоспроможності на внутрішньому і зовнішньому ринках. На провідних кондитерських фабриках вже проведено модернізацію, встановлено найсучасніші виробничі лінії, значно підвищено технологічність і наукомісткість підприємств. Якість продукції поряд з помірним державним регулюванням дозволяє виграти конкуренцію на внутрішньому ринку та фактично повністю витіснити конкурентів із інших країн.

Список використаних інформаційних джерел

1. Корніковський Д. О. Аналіз економічних факторів впливу на кондитерську промисловість України / Д. О. Корніковський // Економіка харчової промисловості. – 2014. – С. 47.
2. Інфографіка: хто контролює кондитерський ринок в Україні? [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.liga.net/infografica>. – Назва з екрана.

3. Все в шоколаді. Скільки заробляють РОШЕН і інші кондитерські фабрики з світового топ-100 [Електронний ресурс] // ТСН. – Режим доступу: <https://tu.tsn.ua>. – Назва з екрана.
4. Експорт кондитерських виробів [Електронний ресурс] / Н. В. Микольська // Стаття – Режим доступу: <http://www.me.gov.ua>. – Назва з екрана.
5. Експорт-імпорт окремих видів товарів за країнами світу [Електронний ресурс] // Державна служба статистики України. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>. – Назва з екрана.

УДК 671.1

ІДЕНТИФІКАЦІЯ ВИРОБІВ ІЗ ЗОЛОТА

В. Ю. Дудка, *магістр спеціальності Товарознавство та експертиза в митній справі*

А. Д. Кобищан, *к. т. н. доцент – науковий керівник*

Анотація. У статті ставиться завдання аналізу основних ознак ідентифікації ювелірних виробів, серед яких складність технології виробництва та особливості складу відповідних матеріалів. Ідентифікація зразка базується виявленні присутності або відсутності в металі таких домішок, як кадмій, цинк, іноді олово. Розглянута історія виникнення золота. Розглянуто вимоги до процедури клеймування та маркування ювелірних виробів.

Ключові слова. золото, клеймо, ідентифікація, метал, виріб, технологія, виробництво, домішки, проба, сплав.

Abstract. The article deals with the task of analyzing the main features of the identification of jewelry products, among which the complexity of the technology of production and the features of the composition of the materials. The identification of the sample is based on the presence or absence of impurities in the metal such as cadmium, zinc, and sometimes tin. The history of the emergence of gold is considered. Requirements for the procedure of branding and marking of jewelry are considered.

Key words : gold, brand, identification, metal, product, technology, production, admixture, sample, alloy.

Постановка проблеми. З кожним роком ринок ювелірних виробів із золота зростає. Безліч ювелірів успішно видають недорогоцінні сплави під видом золота. Через підробку, їх важко ідентифікувати. Саме тому в ідентифікації золотих виробів

– застаріла технологічна база та проблеми з кредитуванням.

Висновки. За результатами дослідження з'ясовано роль та місце килимових виробів на споживчому ринку та виділено основні його проблеми.

Список використаних інформаційних джерел

1. Аналіз розвитку в Україні виробництва текстилю інтер'єрного призначення [Електронний ресурс] / О. Ю. Шарій, Т. А. Дзикович. – Режим доступу: https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/9050/1/NRMSE2017_V1_P303.pdf (дата звернення : 25.09.2018). – Назва з екрана.
2. Інформаційне забезпечення вітчизняного ринку інтер'єрного текстилю [Електронний ресурс] / Г. О. Пушкар, Б. Б. Семак. – Режим доступу: file:///D:/Downloads/NTI_2011_3_12.pdf (дата звернення : 28.10.2018). – Назва з екрана.
3. Килими та килимові вироби [Електронний ресурс] : навч. посіб. – Київ : Центр навчальної літератури, 2006. – 112 с. – Режим доступу: <http://uartlib.org/downloads/Kilim&KilimoviVirobiuartlib.org.pdf> (дата звернення : 15.10.2018). – Назва з екрана.
4. Килимові вироби машинного виробництва, їх місце і роль в оздобленні інтер'єру [Електронний ресурс] / Г. О. Пушкар, Б. Д. Семак. – Режим доступу: file:///D:/Downloads/nvpuettn_2008_1_7.pdf (дата звернення : 28.09.2018). – Назва з екрана.
5. Пугачевський Г. Ф. Товарознавство непродовольчих товарів. Частина 1. Текстильне товарознавство : підручник / Г. Ф. Пугачевський, Б. Д. Семак. – Київ : НМЦ «Укоопспілка, 1999. – 596 с.

УДК 620.2.004.12:664.65

ВИЯВЛЕННЯ СПОЖИВЧИХ ПЕРЕВАГ, ЩО ВИЗНАЧАЮТЬ СИТУАЦІЮ НА РИНКУ МАКАРОННИХ ВИРОБІВ

В. Г. Патик, *магістр спеціальності 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність освітня програма «Товарознавство та експертиза в митній справі»*

Є. В. Хмельницька, *к. т. н., доцент – науковий керівник*

Анотація. Наведено результати досліджень вітчизняного ринку макаронних виробів і виявлення факторів споживчих переваг, які визначають ситуацію на ринку. Дослідження показало,

що переважна більшість надає перевагу упакованим виробам і основним фактором, на який вони звертають увагу вибираючи макаронні вироби, є те, щоб вони не розварювалися

Ключові слова: макаронні вироби, упаковка, переваги, недоліки, попит.

Abstract. The results of researches of the domestic market of macaroni products and the identification of factors of consumer preferences that determine the situation on the market are presented. Research has shown that the overwhelming majority prefers packaged products and the main factor that they pay attention to when choosing pasta products is that they do not wake up

Key words: pasta, packaging, advantages, disadvantages, demand.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із найважливішими науковими або практичними завданнями.

Макаронні вироби – один з найпопулярніших продуктів у нашої країні (близько 96 % українців споживають макарони). Цей продукт має високу енергетичну цінність і відмінно підходить як гарнір до будь-якої страви. Крім того, макарони легко готуються і довго зберігаються. Завдяки прекрасному співвідношенню ціна-якість макаронні вироби користуються великим попитом.

Ринок макаронних виробів характеризується великим асортиментом як національних, так і імпортних брендів. У сегменті представлені товари різних вартісних категорій – від бюджетних до дорогих.

В умовах ринкового господарювання для успішної роботи виробника та споживача особливого значення набувають глибокі знання ринку та здатність вміло застосовувати сучасні інструменти впливу на ситуацію, яка на ньому складається. Необхідними складовими маркетингової діяльності підприємства є надійна, достовірна та своєчасна інформація про ринок товару, дослідження структури та динаміки попиту, смаків і побажань покупців та інші зовнішні фактори, що впливають на його діяльність. Тому перш ніж виробляти новий товар і виводити нову продукцію на ринок, підприємство має провести ринкові дослідження та вивчити потреби конкретних споживачів, що забезпечить основу для її подальшого впровадження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. За даними досліджень, на ринку товарів широкого попиту зазнає невдачі 40 % усіх пропонованих новинок, на ринку товарів промислового

призначення – 20 %, а на ринку послуг – 18 %. Однією з головних причин великого рівня невдач нових товарів широкого попиту є неправильне позиціонування товару на ринку, невдале рекламування або занадто висока ціна [2]. Тому для виробника нової продукції доцільним є дослідження існуючого ринку даної групи товарів і вивчення споживчих потреб. З цієї метою проводять інтерв'ювання споживачів. Їх відповіді допомагають виробнику визначити доцільність випуску товару в тому чи іншому вигляді, а також взагалі перспективність створення даного товару з певними споживчими властивостями.

Метою статті є дослідження вітчизняного ринку макаронних виробів та виявленні споживчих переваг, що визначають ситуацію на ринку макаронної продукції.

Виклад основного матеріалу.

На сьогодні виробництвом макаронної продукції в Україні займаються близько 600 виробників. Існує три основні групи виробників: великі та середні вітчизняні, дрібні вітчизняні та зарубіжні компанії. При цьому частковий розподіл ринку між цими категоріями виробників виглядає приблизно як 70, 20 і 10 % відповідно. Останнім часом все більше виробників почали займатися цим непрофільним для себе виробництвом. Найбільша питома вага припадає на Київську область та складає 17 % від загальнонаціонального виробництва цієї групи виробів. Найбільшими виробниками макаронних виробів також є Хмельницька обл. (13 %), Волинська (10 %), та Львівська (8 %) області. Обсяг виробництва в інших областях складає менше 7 %. [3]

До головних тенденцій ринку макаронних виробів відносяться: скорочення ринку через падіння споживчого попиту; популярність макаронних виробів без начинки, які не піддаються термічній обробці; переважання на ринку продукції середнього і низького цінового сегмента; збільшення частки імпортової продукції в 2017 році завдяки стабілізації валютного курсу і скасування мита на продукцію, виготовлену в ЄС (що, в свою чергу, призвело до зниження цін на імпорتنу продукцію).

Головними проблемами ринку макаронних виробів є: падіння рівня споживання в силу низької платоспроможності населення (особливо в сегменті продукції преміум-класу); підвищення цін на енергоносії і сировину, що, в свою чергу, сприяє зростанню собівартості продукції; залежність від ситуації на ринку круп - за умови низької ціни, споживачі вважають за краще крупы ма-

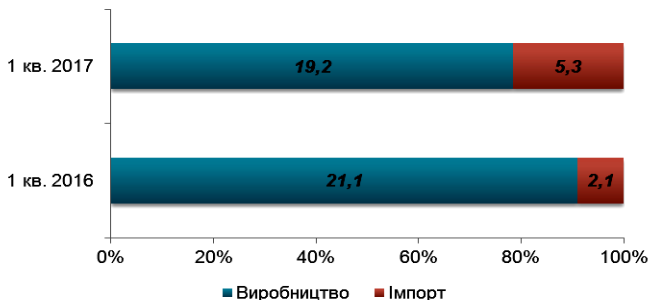
каронів; залежність рівня споживання від цін на продукцію; сезонність.

Головні фактори, що впливають на ринок макаронних виробів: залежність від сировини (в основному, від борошна); залежність від технічного обладнання (вакуумний прес).

Для отримання якісної продукції, і сировину і технічне обладнання для виготовлення макаронів повинні бути вищої якості. Зростання цін на борошно провокує і збільшення вартості макаронних виробів. Так, починаючи з 2016 року і по квітень 2017 року ціни на борошно зросли на 18 %, а з січня по квітень 2017 року – на 10 %.

Як уже було відзначено вище, в досліджуваному сегменті представлена як вітчизняна, так і імпортна продукція, але лідируючі позиції займають товари внутрішнього виробництва. Починаючи з 2016 року частка імпортової продукції зросла з 2,1 тис. тонн до 5,3 тис. тонн. Частка вітчизняної продукції на ринку за станом на 1 квартал 2016 року становила 92 %, а за аналогічний період 2017 року – вже 79 %. Частка імпортової продукції поступово збільшується – у 2017 році цей показник виріс в 2 рази, що пов'язано з популяризацією страв італійської та азійської кухні. Ціна імпортової продукції набагато вища за вартість вітчизняних товарів. [1]

Структура ринку макарон України в 2016 - 2017 р., тис. тон



Джерело: Державна служба статистики України; оцінка Pro-Consulting

Рисунок 1 . Структура ринку макаронних виробів [1]

На українському ринку макаронних виробів склалася певна якісна розстановка: імпорт представлений в дорожчих групах

продукції А і Б із твердих сортів пшениці, нижній же ціновий сегмент С практично монополізований вітчизняними виробниками продукції з м'яких сортів пшениці. Історично склалося так, що на ланах України традиційно не вирощують основну класичну сировину для макаронних виробів – пшеницю твердих сортів. Українські виробники макаронних виробів вважають недоцільним імпортувати в Україну сировину для виробництва класичних макаронних виробів через високу собівартість купівлі та доставки і через те, що смакові переваги таких макаронних виробів може оцінити лише кожен десятий споживач. Тому українські виробники намагаються підвищити якість макаронних виробів із пшениці м'яких сортів шляхом використання закордонного обладнання. На сьогодні українські виробники макаронних виробів не мають спільної точки зору на формат продукції, що пропонується. Зараз асортимент і великих, і середніх виробників пропонує різноманітне вагове фасування. Проте вони відмічають, що поки в країні ринкова роздрібна торгівля забезпечує продовольчими товарами не менше половини населення макаронна продукція, яка продається на вагу, актуальності не втратить. Споживачі віддають перевагу упакованим макаронним виробам (81,7 %), частка вагових – 18,3 %. [4]

Слід припустити, що частка споживачів, які обирають упаковані вироби, різко виросла в останні роки, і це безпосередньо пов'язано із зростанням добробуту населення. Стаючи заможнішими, люди починають купувати дорожчі продукти харчування. Основною причиною вибору вагових макаронних виробів, як і раніше, є те, що вони дешевше порівняно з упакованими.

Причини ж вибору упакованих макаронних виробів, навпаки, різноманітні. Упаковка надає покупцю цілий ряд переваг, основними серед яких споживачі вважають: – зручність під час зберігання, транспортування (21,3 і 17 %); – гігієнічність (19,1 %); – упаковка є гарантією якості, захищає від підробок (18,1 %). Опитування показує, що певна частина споживачів (16 %) готова була б купляти макаронні вироби на вагу, якби вони були присутні в продажу. Роздрібна ж торгівля, у більшості випадків, повністю виключила вагові макаронні вироби зі свого асортименту, в результаті чого покупці не мають можливості реалізувати це своє бажання.

Головними критеріями вибору макаронних виробів того чи іншого виробника є те, щоб вони не злипалися та не розварю-

валися (71,3 %), добре зберігали форму (57,5 %), а також відомість торговельної марки (22,8 %).

Серед недоліків макаронних виробів споживачі виділяють те, що вони розварюються, не тримають форму (25,3 %) та надто злипаються (16,4 %). Проте 69,8 % споживачів вважають, що практично всі макаронні вироби, які є на ринку, відповідають заявленим ними вимогам.

Зараз у світі нараховується декілька сотень видів макаронних виробів, проте український споживач віддає перевагу різкам, спіралям, ракушкам, вермішелі короткорізаній, тобто сортам-короткорізам, які не довше 6 см. Макаронні форми «кус-кус» – у вигляді дрібних фігурок (розміром 0,6...1 см) та довгорізані сорти (більше 10 см) в Україні мало популярні. Виняток становить «Вермішель довга» (український варіант італійських спагеті) – єдиний «довгоріз», що користується попитом через ергономіку та популярність. По-перше, з довгої вермішелі неважко зробити коротку, будь-якої довжини та без втрати естетики. По-друге, така вермішель дозволяє долучитися до класичної італійської кулінарії, оскільки є аналогом знаменитого сорту Pasta Spaghetti. По-третє, при використанні однакового типу упаковки пачка довгої вермішелі більш компактна, ніж така ж кількість різків або ракушок. Не дивлячись на свою ергономічність, макаронні вироби у вигляді дрібних фігурок в Україні популярні лише серед любителів макаронних супів. Проте і тут дрібному формату доводиться конкурувати з вермішеллю. Разом з тим, не дивлячись на більшу або меншу популярність, провідні виробники намагаються охопити повний асортимент форм.

Висновки. Таким чином, результати досліджень ринку макаронних виробів України показали, що вітчизняні макаронні вироби виготовляються переважно з борошна м'яких сортів пшениці, проте за своїми якісними показниками та оригінальністю зовнішнього оформлення не поступаються продукції зарубіжного виробництва і за ціновими характеристиками є більш привабливими, ніж іноземні аналоги. Опитування покупців, проведене задля виявлення споживчих переваг, які визначають ситуацію на ринку, дозволило встановити, що переважна більшість їх надає перевагу упакованим виробам вітчизняного виробництва і основним фактором, на який вони звертають увагу вибираючи макаронні вироби, є те, щоб вони не розварювалися.

Список використаних інформаційних джерел

1. Зростання імпорту макаронних виробів [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://pro-consulting.ua>. – Назва з екрана.
2. Карпенко Н. В. Маркетинг [Текст] / Н. В. Карпенко. – Харків : Студцентр, 2004. – 207 с.
3. Офіційний сайт Державної служби статистики України. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>. – Назва з екрана.
4. Інтерв'ю з генеральним директором об'єднання «Укрхлібпром» О. М. Васильченко [Електронний ресурс] : офіційний сайт об'єднання «Укрхлібпром».. – Режим доступу: <http://ukrhlibprom.org.ua>. – Назва з екрана.

УДК 661.18

СИНТЕТИЧНІ МИЙНІ ЗАСОБИ НА СУЧАСНОМУ РИНКУ УКРАЇНИ

Є. П. Синенко, магістр спеціальності *Товарознавство та експертиза в митній справі*

Г. Д. Кобищан, к. т. н., доцент – науковий керівник

Анотація. В статті узагальнено дослідження вітчизняних та зарубіжних науковців щодо стану та перспектив подальшого розвитку вітчизняного ринку побутової хімії в цілому, і синтетичних мийних засобів для прання зокрема. Сформульовано загальні риси, що характеризують сучасний ринок мийних засобів в Україні та виділено пріоритетні напрямки його подальшого розвитку.

Ключові слова: синтетичні мийні засоби, пральний порошок

Abstract. The article summarizes the research of domestic and foreign scientists on the state and prospects of further development of the domestic market of household chemistry in general, and synthetic detergents for washing in particular. The general features characterizing the modern market of detergents in Ukraine are formulated and priority directions of its further development are highlighted.

Keywords: synthetic detergents, detergent powder

Постановка проблеми. Україна є привабливим ринком для збуту товарів побутової хімії завдяки багатомільйонному населенню та вигідному географічному положенню. На цей час цей

хунок випуску товарів під власною торговою маркою (private label);

– поява в Україні виробництва мийних засобів зарубіжними виробниками під відомими споживачам торговельними марками.

Висновки. Вітчизняний ринок синтетичних мийних засобів на сьогодні залишається ненасиченим і характеризується тенденціями до зростання обсягів, в тому числі за рахунок вітчизняних виробників. Невирішеними залишаються питання сировини для вітчизняного виробництва мийних засобів та якості готової продукції.

Список використаних інформаційних джерел

1. Аналіз ринку побутової хімії в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://oldconf.neasmo.org.ua/node/726>. – Назва з екрана.
2. Огляд ринку. Побутова хімія [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://msb.aval.ua/news/?id=26030>. – Назва з екрана.
3. Паспорт ринку побутової хімії України, 2010 рік [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://pro-consulting.ua/ua/issledovanie-rynka/Analiz-rynka-bytovoi-himii-Ukrainy-2010-god>. – Назва з екрана.
4. Стан і перспективи розвитку ринку синтетичних мийних засобів в Україні [Електронний ресурс] / Волошина С. В., Козлова В. В. – Режим доступу: http://economyandsociety.in.ua/journal/10_ukr/40.pdf. – Назва з екрана.
5. Український ринок побутової хімії зростає [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.nielsen.com/ua/uk/insights/news/2017/the-ukrainian-market-of-home-chemistry-is-growing.html>. – Назва з екрана.

УДК 339

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ УКРАЇНИ НА СВІТОВОМУ РИНКУ ЗЕРНА

Т. В. Школяр, магістр спеціальності 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність освітня програма

«Товарознавство та експертиза в митній справі»

Є. В. Хмельницька, к. т. н., доцент – науковий керівник

Анотація. Стаття присвячена аналізу основних тенденцій розвитку України на світовому ринку зерна. Також розглянуто

динаміку світового виробництва та споживання зернових. Охарактеризовано тенденції зовнішньої торгівлі зерном, а також позицію України у світовій торгівлі зерновими культурами.

Ключові слова: ринок зерна, зернові культури, виробництво, попит, експорт, імпорт.

Abstract. The article is devoted to the analysis of the main tendencies of Ukraine's development on the world grain market. The dynamics of world production and consumption of cereals is also considered. The tendencies of foreign trade in grain, as well as the position of Ukraine in the world trade of grain crops are described.

Key words: grain market, grain crops, production, demand, export, import.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із найважливішими науковими або практичними завданнями.

Сьогодні на світовому ринку зерна склалася стійка спеціалізація: виробництво зерна концентрується в розвинених країнах, а багато країн, що розвиваються, не в змозі вирішити свої зернові проблеми і змушені йти на масштабний імпорт зерна. У результаті росте світова торгівля зерном. Стан зернового ринку країни є важливим показником якості економічних реформ, що проводяться в країні, реалізації агропродовольчої політики.

З урахуванням масштабів і повноти елементів економічних стосунків зерновий ринок може слугувати своєрідною моделлю розвитку для інших ринків сільськогосподарської продукції, сировини і продовольства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанням ринку зернових культур присвячено значну кількість досліджень вчених-економістів та дослідників-практиків. Так, проблеми ефективності виробництва зернових розкриваються у працях П. Т. Саблука, О. М. Шпичака, В. І. Бойка, М. Г. Лобаса, В. Л. Волинця та інших. Проблемам підвищення ефективності виробництва зерна в сільськогосподарських підприємствах в умовах формування ринку присвячені роботи К. Макконела, А. Сміта, О. В. Захарчука, М. В. Калінчика, В. Г. Федька та інших. Відзначаючи цінність результатів досліджень науковців, необхідно зазначити, що чимало питань щодо напрямів удосконалення цього сектора економіки в сучасних умовах залишаються недостатньо дослідженими.

Метою статті є аналіз світового виробництва та світової торгівлі зерна та визначення місця України у світовому експорті зернових культур.

Виклад основного матеріалу. Найбільш поширеними у світі є три зернові культури: пшениця, кукурудза і рис. До середини 90-х років минулого століття пшениця була, так би мовити, «царицею полів». П'ятьма найбільшими експортерами зерна є Австралія, Аргентина, ЄС, Канада і Сполучені Штати Америки. провідне місце в експорті пшениці займають такі країни, як США, Бразилія, Україна, Аргентина та інші. Сумарні експортні пропозиції зерна з боку основної «п'ятірки» експортерів становлять понад 84 % усього обсягу світової торгівлі. Основними показниками, що визначають ступінь впливу країни на світовий ринок, є, по-перше, частка у світовій торгівлі; по-друге, відношення перехідних запасів до середньорічного внутрішнього споживання у країні. За обома показниками сьогодні лідирують США. Відповідно, США займають провідне положення на світовому ринку зерна, на їхню частку припадає 28 % усього обсягу торгівлі; далі йдуть Канада – 17 %, Австралія і ЄС – по 15 % і Аргентина – 11 %.

Основними споживачами зерна залишаються країни Азіатсько-тихоокеанського регіону, такі як Китай, Японія, Корея, Індонезія і Філіппіни.

На світовому ринку зерна склалася стійка спеціалізація: виробництво зерна концентрується в основному в розвинених країнах, а багато країн, що розвиваються, не в змозі розв'язати свої зернові проблеми і змушені йти на імпорт зерна. Крім того, експерти ОЕСР відзначають, що в умовах достатнього світового зернового виробництва проблеми забезпечення зерном будуть особливо гостро стояти перед найбільш біднішими країнами, що не мають засобів на фінансування імпорتنих поставок зерна. Сьогодні на світовому ринку зерна відбуваються зміни і можна спостерігати таку картину: скоротилися посіви в США і Канаді; зменшилися перехідні запаси в найбільших країнах-експортерах; на ринок увійшли нові країни-експортери, такі як Угорщина, Росія, Україна, Казахстан і Туреччина.

Світова кон'юнктура ринку зерна характеризується показниками функціонування ринку та відображає величину попиту і пропозиції, обсяги продажів, ринкову активність продавців і покупців. У зв'язку з постійним загостренням конкуренції на ринку важливо володіти адекватними відомостями про стан, динаміку обсягів продажів на відповідному товарному ринку, які можна отримати, проаналізувавши його.

За даними першого підготовленого Продовольчою та сільськогосподарською організацією ООН (далі – ФАО) прогнозу попиту на зернові та пропозиції зернових у світі в сезоні 2017–2018, ситуація на ринках залишиться відносно спокійною, незважаючи на незначне скорочення обсягів виробництва у світі. З урахуванням очікуваного відносно низького приросту споживання і чергового багатого врожаю запаси зернових у світі також залишаться на близькому до рекордного рівня. В останнє десятиліття на світовому ринку йде процес інтенсифікації зернового виробництва. У таблиці 1 розглянемо світовий ринок зерна, а саме виробництво, пропозицію, споживання та запаси.

Таблиця 1 – Світовий ринок зерна [2]

	Маркетинговий рік				Відхилення	
	2012/13 МР	2013/14 МР	2014/15 МР	015/16 МР	2015/16МР від 2012/13МР	
	млн т				+,–	%
Виробництво	2 294,7	2 518,9	2 564,5	2 533,5	238,8	10,4
Пропозиція	2 845,9	3049	3 156,2	3 188,6	342,7	12,0
Споживання	2 324,5	2 429,3	2 498,1	2 517,9	193,4	8,3
Торгівля	318,9	363,9	378,9	394,3	75,4	23,6
Запаси на кінець періоду	530,1	591,7	655,1	661,5	131,4	24,8

На основі даних таблиці 1 бачимо, що в 2015/2016 МР відбулося збільшення світового виробництва зерна на 238,8 млн т, збільшення обсягів світової торгівлі і внутрішнього використання зерна відповідно на 75,4 млн т і 193,4 млн т. До кінця 2015 – початку 2016 рр. світові залишки зерна становили 661,5 млн т. Це найкращий показник за останні десять років.

Міністерство сільського господарства США (USDA) прогнозує збільшення обсягів споживання зерна та олійного насіння. Так, у 2016–2017 маркетинговому році (МР) світове споживання фуражного зерна досягло 1 320 млн т, що на 5,5 % вище від попереднього періоду. При цьому збільшення обсягів виробництва зерна, яке спостерігається упродовж останніх років, стримує зростання цін, а на деякі види зерна навіть приводить до їх зниження [4].

Стратегічний характер і масштаби розвитку вітчизняної зернової галузі доповнюються досить вагомими її міжгалузевими

зв'язками з іншими секторами національного господарства, що справляє істотний вплив на загальний стан усієї економіки країни. Впродовж 7 місяців 2017 р., за даними аналізу митної статистики, з України на світові ринки сільськогосподарської продукції і продовольства було спрямовано близько 24,4 млн т зерна і продуктів його переробки на суму майже 3,9 млрд дол. США, що становить у відносному вимірі 39,2 % від загального аграрного експорту. При цьому частка безпосередньо зернових і зернобобових культур у вартості експорту усієї продукції зернової галузі сягає 94,7 %, тоді як на продукти їх переробки приходить лише 5,3 %.

Середньозважена ціна 1 т усього експорту продукції зернової галузі становила 159,9 дол., у тому числі пшениці – 161,1 дол., жита – 133,6 дол., ячменю – 141,2 дол., вівса – 149,5 дол., кукурудзи – 156,1 дол., рису – 454,7 дол., сорго зернового – 143,5 дол., гречки, проса та інших зернових культур – 173,1 дол.

У загальній вартісній структурі вітчизняного експорту зернових і зернобобових культур переважали три основні сільськогосподарські культури – кукурудза (62 %), пшениця (29,8 %) і ячмінь (7,1 %). На їх частку припадало майже 93,7 % усіх валютних надходжень від експорту продукції зернової галузі країни (рис. 1).

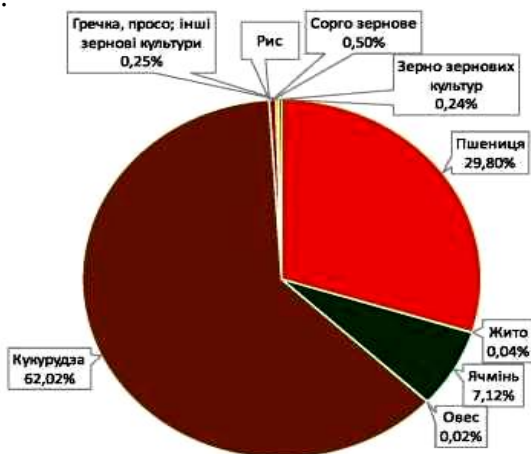


Рисунок 1 – Товарна структура експорту зернових і зернобобових культур з України на світові аграрні ринки в січні-липні 2017 р. [3]

Висновки. З усього вищесказаного можна дійти висновку про те, що в перспективі обсяг виробництва зерна має тенденцію до росту; обсяг імпорту скорочується; обсяг експорту зростає. Можна відзначити, що загальна місткість ринку незначно скорочується. Це відбувається тому, що йде деяке скорочення чисельності населення, а також через прагнення підприємств збільшити експорт зерна.

Важливий вплив має і ріст життєвого рівня населення, через що воно починає споживати більш дорогі продукти і менше хліба. Прогнозоване заохочення експорту зерна і підтримка цін на зерно (у т. ч. фуражне) зумовить погіршення ситуації у тваринництві.

Якщо заходи щодо підтримки доходів виробників зерна виявляться неефективними і частка виробників в експортних контрактах буде мінімальною, а закупівельні ціни не стануть стимулом до нарощування виробництва продукції, то ріст експорту може зумовити не тільки відносне, але й абсолютне скорочення пропозиції зерна на внутрішньому ринку України.

Але якщо врахувати, що виробництво зернових культур є найбільш рентабельним видом сільськогосподарської діяльності, який є внутрішнім «фінансовим донором» галузі та дає змогу підтримувати загальну позитивну рентабельність виробництва, то успішна зернова експортна експансія здатна забезпечити значне зростання валової доданої вартості у сільському господарстві України.

Список використаних інформаційних джерел

1. Скрипник А. В. Тенденції світового ринку пшениці та ризики розвитку експортного потенціалу України / А. В. Скрипник, Т. Ю. Зінчук // Економіка АПК. – 2011. – № 9. – С. 139.
2. Звіт ФАО 2017 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.fao.org>. – Назва з екрана.
3. Офіційний портал Інформаційно-аналітичної агенції «АПК-Інформ» АПК online [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.apk-inform.com>. – Назва з екрана.
4. Grain: World Markets and Trade // United States of Department of Agriculture / Foreign Agricultural Service, FG-04-12, April 2017. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.usda.gov>. – Назва з екрана.