

МАРКЕТИНГОВИЙ АНАЛІЗ ЕКСПОРТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ АГРОКОМПЛЕКСУ УКРАЇНИ

©2021 РАХМАН М. С., ТРЕПАЛЮК Є. О.

УДК 339.5
JEL: F19; M31; Q13

Рахман М. С., Трепалюк Є. О. Маркетинговий аналіз експортної діяльності агрокомплексу України

Метою статті є дослідження сфери зовнішньої торгівлі аграрною продукцією за допомогою статистичних методів та аналізу результатів; визначення слабких сторін бізнесу в даній галузі, перспектив і можливостей розвитку агропромислової галузі в Україні. У статті розглянуто сутність маркетингового дослідження сфери експорту агропромислової продукції. Визначено класифікацію сільськогосподарської продукції, її вплив на формування та діяльність ринку агрокомплексу. Виявлено основні товарні групи агропромислової продукції, внесок сільського господарства в експортну діяльність України та роль на міжнародному ринку. Проведено структурний аналіз експортованої продукції агрокомплексу та динамічний аналіз за обсягами експорту протягом останніх років, враховуючи поділ на товарні групи, згідно з чим визначено прогрес сфери експортного агробізнесу. Проведено динамічний аналіз кількості суб'єктів господарювання в даній сфері, визначено фактори, які впливають на привабливість агро-сфери для ведення бізнесу. Проаналізовано товарну структуру сільськогосподарських товарів, визначено основні товари, що користуються попитом, і перспективні напрямки торгівлі. Проаналізовано географічну структуру експорту агропромисловими товарами, зазначено основні країни, з якими відбувається інтенсивна торгівля. Зазначено вплив COVID-фактора на розвиток і зміну обсягів експорту сільськогосподарської продукції. Проведено SWOT-аналіз сфери, виявлено головні проблеми та можливі шляхи їх усунення, які дозволять надалі покращувати міжнародну торгівлю у сфері агрокомплексу. Методом екстраполяції виконано прогноз обсягів експорту сільськогосподарської продукції на кінець 2021 р. і на 2022 р.

Ключові слова: агропромисловий комплекс, сільськогосподарська продукція, експорт, обсяги, структура, динаміка, розвиток, перспектива.

Рис.: 8. **Табл.:** 1. **Бібл.:** 9.

Рахман Махбубур Сидикович – кандидат економічних наук, доцент, доцент, кафедра маркетингу, менеджменту та підприємництва, Харківський національний університет ім. В. Н. Каразіна (майdan Свободи, 4, Харків, 61022, Україна)

E-mail: rahmanms0312@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7408-4049>

Трепалюк Єлизавета Олександрівна – студентка, кафедра маркетингу, менеджменту та підприємництва, Харківський національний університет ім. В. Н. Каразіна (майdan Свободи, 4, Харків, 61022, Україна)

E-mail: trepalykliza@gmail.com

UDC 339.5
JEL: F19; M31; Q13

Rakhman M. S., Trepaliuk Ye. O. A Marketing Analysis of Export Activity of the Agrarian Complex of Ukraine

The purpose of the article is to study the sphere of foreign trade in agrarian products using statistical methods and analysis of results; identifying business weaknesses in this sector, prospects and opportunities for the development of the agro-industrial sector in Ukraine. The article considers the essence of marketing research in the field of exports of agro-industrial products. The classification of agricultural products and its impact on the formation and activity of the market of agrarian complex are determined. The main commodity groups of agro-industrial products, the contribution of agriculture to the export activities of Ukraine and the role in the international market are identified. A structural analysis of exported products of the agrarian complex and a dynamic analysis on the basis of the export volumes in recent years are carried out, taking into account the division into commodity groups, according to which the progress of the export agribusiness sphere is determined. A dynamic analysis of the number of economic entities in this sphere is carried out, the factors that affect the attractiveness of the agrarian sector for doing business are defined. The commodity structure of agricultural goods is analyzed, determining the main goods in demand and the perspective directions of trade. The geographical structure of exports of agro-industrial goods is analyzed, indicating the main countries participating in the intensive trade. The impact of the COVID-factor on the development and change of agricultural export volumes is indicated. A SWOT analysis of the sphere is carried out, the main problems and possible ways of their elimination in order to further improve international trade in the field of agrarian complex are identified. A forecast of agricultural exports at the end of 2021 and for 2022 is carried out using the extrapolation method.

Keywords: agro-industrial complex, agricultural production, exports, volumes, structure, dynamics, development, perspective.

Fig.: 8. **Tabl.:** 1. **Bibl.:** 9.

Rakhman Mahbubur S. – PhD (Economics), Associate Professor, Associate Professor of the Department of Marketing, Management and Entrepreneurship, V. N. Karazin Kharkiv National University (4 Svobody Square, Kharkiv, 61022, Ukraine)

E-mail: rahmanms0312@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7408-4049>

Trepaliuk Yelyzaveta O. – Student, Department of Marketing, Management and Entrepreneurship, V. N. Karazin Kharkiv National University (4 Svobody Square, Kharkiv, 61022, Ukraine)

E-mail: trepalykliza@gmail.com

Міжнародна торгівля є одним із факторів практичного розвитку сфери торгівлі України загалом. Для здійснення ефективної торгівлі експортування вітчизняних товарів за кордон має велике значення.

Однією із основних статей експорту України є сільськогосподарська продукція, а отже, маркетингове дослідження проблем і можливостей розвитку сфери експорту аграрних товарів є актуальною темою на даний момент.

Дослідженням різних аспектів зовнішньої торгівлі України, зокрема розвитку експортування продукції агрокомплексу, займалися такі вітчизняні вчені: С. М. Кваша, В. І. Власова, Ю. Е. Губеня, Б. Г. Базилюк, І. І. Бережнюк, А. С. Гальчинський, О. А. Корнієвський та інші. Маркетинговому аналізу ринку сільськогосподарської продукції приділяли увагу такі дослідники, як К. О. Данюк, Т. В. Ільченко, Р. В. Скляр, Т. О. Артюх, П. С. Волковинська, О. О. Єранкін, Т. Ф. Ларіна та інші.

Через швидкий темп зміни світових тенденцій та незалежні від нас зовнішні чинники, такі як пандемія COVID-19 та інше, галузь експортування агропромислової продукції постійно змінюється, тому *метою* статті є маркетинговий аналіз агропромислової галузі, дослідження сфери експорту аграрної продукції за допомогою статистичних методів та аналіз результатів.

Маркетингове дослідження аграрної сфери є важливою складовою бізнес-аналітики, що дає змогу визначити проблеми галузі та вирішити їх. Аграрна сфера – одна із провідних галузей України. У широкому розумінні аграрний сектор економіки охоплює всі підприємства України (незалежно від форми власності й організаційно-правової форми), що виробляють сільськогосподарську продукцію та продукти її первинної переробки, і пов'язані з ними обслуговуючі підприємства, а також організації (установи), що здійснюють розробку та реалізацію державної аграрної політики [1]. Згідно із Законом України «Про державну підтримку сільськогосподарства України» [2]: сільськогосподарська діяльність – господарська діяльність суб'єктів господарювання, яка здійснюється з метою виробництва та реалізації сільськогосподарської продукції та продукції її переробки з власної сировини.

Привабливість галузі для ведення бізнесу відображається через зміну кількості підприємств даної сфери. Так, у 2019 р. кількість підприємств зменшилася на 1,15% відносно попереднього року. Кількість суб'єктів господарювання агрокомплексу у 2011 р. зменшилася на 23,45% стосовно 2010 р., а у 2012 р. збільшилася на 15,56% порівняно з 2011 р. Таким чином, з 2010 по 2015 рр. відбувалися дуже різкі зміни то в бік збільшення, то в бік зменшення (*рис. 1*). Аналізуючи динаміку кількості підприємств, можна побачити, що в період 2016–2019 рр. динаміка почала вирівнюватися, зараз вона знаходиться приблизно на одному рівні з несуттєвим зменшенням. Це говорить про те, що ринок агропродукції стабілізувався та є частково стійким до змін зовнішніх чинників.

Для успішного розвитку аграрної сфери велике значення мають технічний прогрес, розвиток підприємництва, динамічність факторів сільськогосподарського розвитку, загальне економічне зростання, політичне сприяння.

Соціальна інфраструктура як визначальна складова аграрної сфери є сукупністю об'єктів, що належать сфері обслуговування сільського населення (житлове, комунальне господарство, транспорт, зв'язок, торгівля тощо), робота яких спрямована на задоволення його потреб, оскільки забезпечує оптимальні умови для раціональної діяльності, передусім самої людини. Для економіки України ринок сільськогосподарських товарів виражається насамперед як категорія обміну, який організований за законами товарного виробництва й обігу, сукупність відносин товарного та грошового обміну. Його організація дає змогу реалізувати господарські зв'язки, а в кінцевому підсумку – і весь процес виробництва.

Галузь агрокомплексу включає в себе велику кількість товарів, саме тому класифікації продукції є необхідними для розуміння роботи даної сфери. Один із варіантів класифікації товарів агрокомплексу наведено на *рис. 2*.

Основними товарними групами експорту на 2020 р. були такі:

- ✦ зернові культури (пшениця, кукурудза, цукор, бобові культури);
- ✦ насіння та плоди олійних рослин (насіння сояшнику, соєвих бобів, горіхів тощо);
- ✦ жири та олії тваринного та рослинного походження (сояшникове олія, какао-масло, свиначе сало тощо) [4].

Також уся сільськогосподарська продукція за своїми властивостями розподіляється на такі *види*:

- ✦ *традиційна продукція* – наймасовіший різновид продукції на світовому ринку, продукція ГМО;
- ✦ *екологічна (органічна) продукція* – інноваційний різновид агротоварів [6].

Дана класифікація відображає затребуваність у тому чи іншому виді агротоварів. На даний момент на піку популярності у світі знаходиться саме екологічна продукція.

У період із січня по травень 2021 р. обсяг експортованої агропромислової продукції склав 7637,8 млн дол. США. У 2020 р. експорт агропромислових товарів склав 18838,02 млн дол. США, що на 55,75% більше, ніж у 2015 р. Найбільший приріст експортованої продукції за останні роки – у 2019 р. експорт агропромислових товарів склав на 21,36% більше, ніж у попередньому році (*рис. 3*), що свідчить про наявність стійкого розвитку української міжнародної торгівлі, зокрема сфери експорту. Такі зрушення дають змогу Україні поліпшувати свій рівень й економічну ситуацію. Водночас пандемія COVID-19 у 2019–2020 рр. погано вплинула на ситуацію через закриття кордонів, відповідно, відбулося зменшення поставок та обсягів експортованої продукції. Частка сільськогосподарських продуктів від загального обсягу експортованих товарів України на січень 2021 р. склала 24%

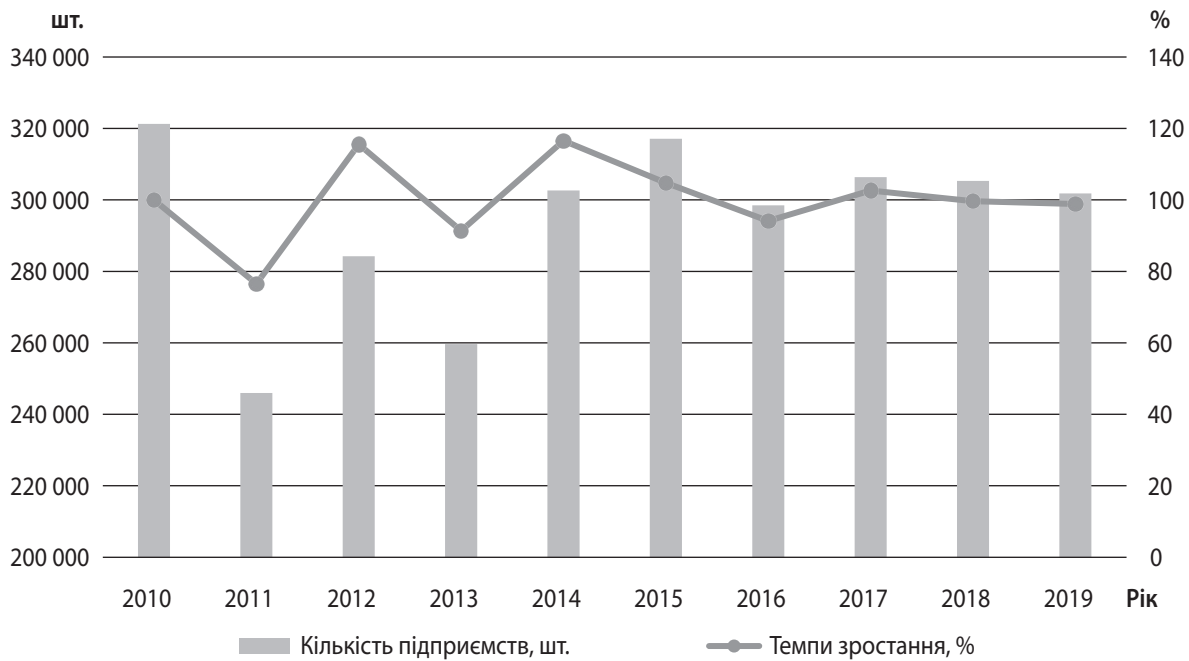


Рис. 1. Кількість суб'єктів господарювання в сільськогосподарській сфері (шт.) та їх динаміка (%) у 2010–2019 рр.

Джерело: складено за [3].

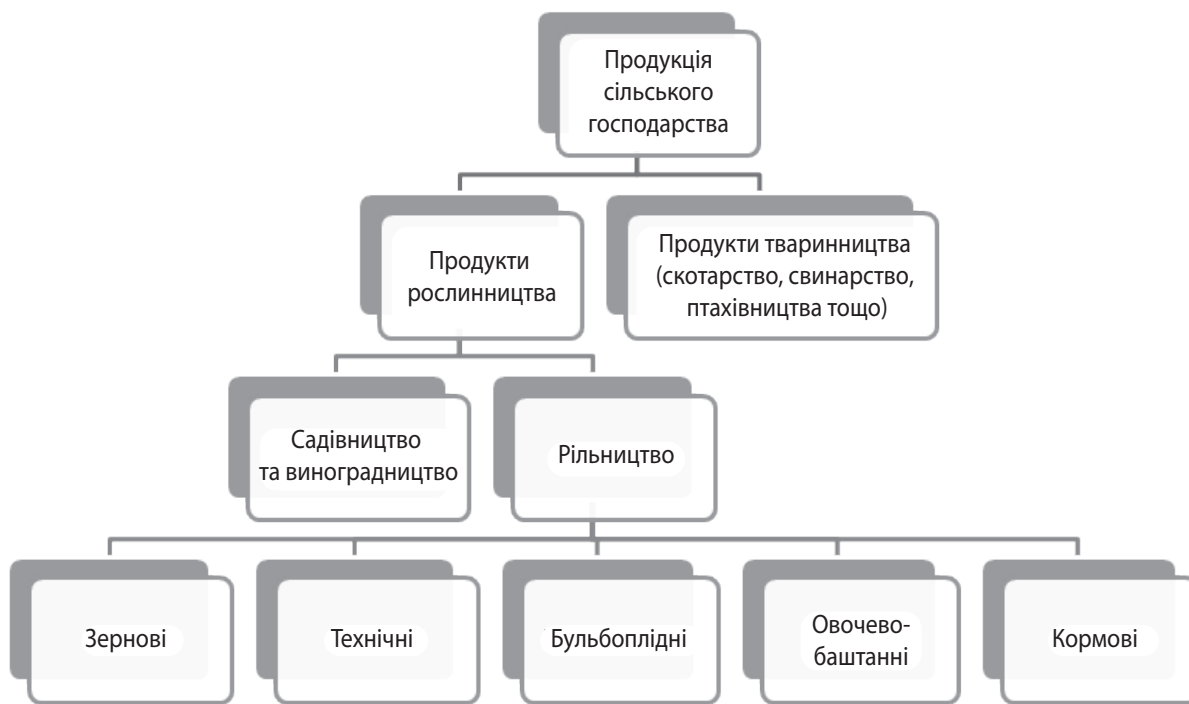


Рис. 2. Класифікація сільськогосподарської продукції

Джерело: складено за [5].

(рис. 4). Експорт живих тварин і продуктів тваринного походження (живі тварини, м'ясо, субпродукти, молоко, яйця, мед тощо) складає 1% від загального експорту, продуктів рослинного походження (живі дерева та рослини, овочі, зернові культури, кава, чай, какао, горіхи, насіння, шелак тощо) – 13% від загального експорту, жирів та олій тваринного та рослинного походження (соняшникова олія, какао-масло,

свиняче сало, олії з різного роду рослин тощо) – 10% від загального експорту. Тобто, експортування сільськогосподарських товарів займає вагомую частину міжнародної торгівлі та є однією із основних галузей нашої держави.

У 2020 р. експорт агротоварів склав 18838,018 млн дол. США, що на 35,8% більше, ніж у 2015 р. (рис. 5). Таким чином, з 2015 по 2020 рр. експорт у

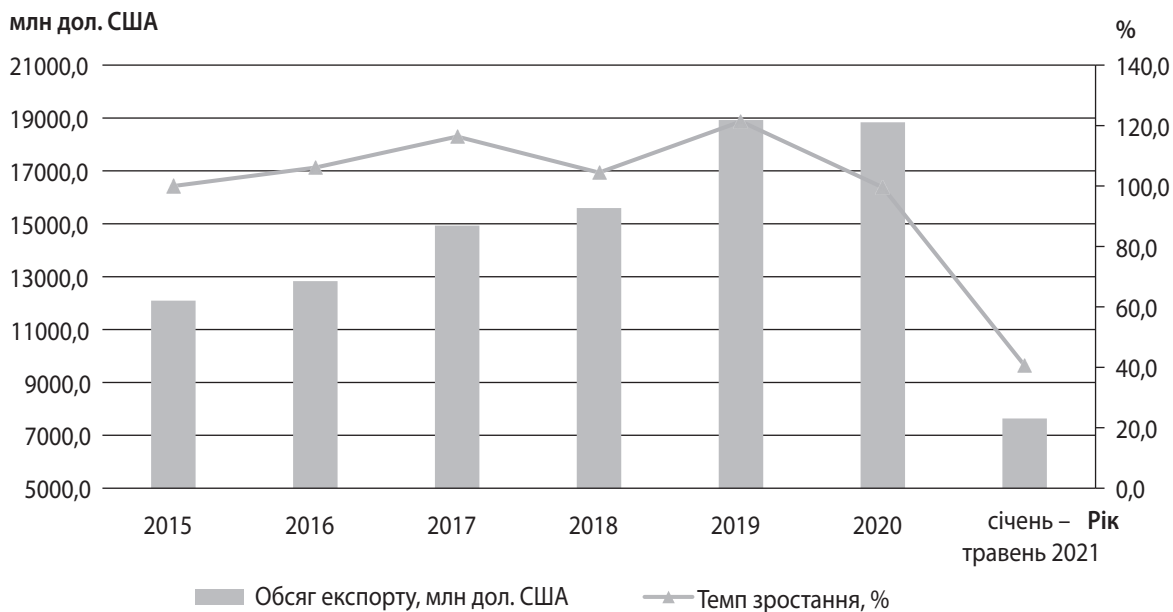


Рис. 3. Обсяги експорту продукції агрокомплексу (ліва шкала, млн дол. США) та їх динаміка (%) за 2015–2020 рр.
Джерело: складено за [3].

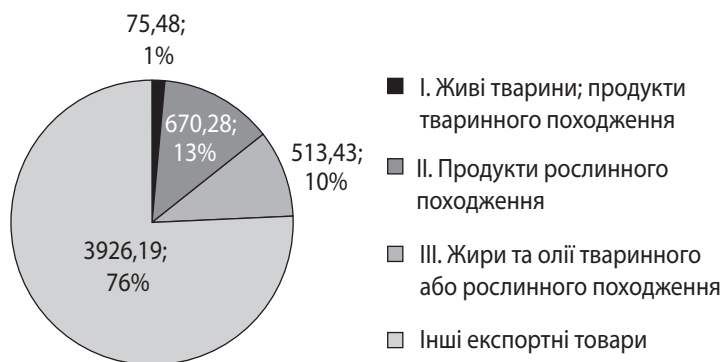


Рис. 4. Товарна структура експорту на січень 2021 р., млн дол. США

Джерело: складено за [3].

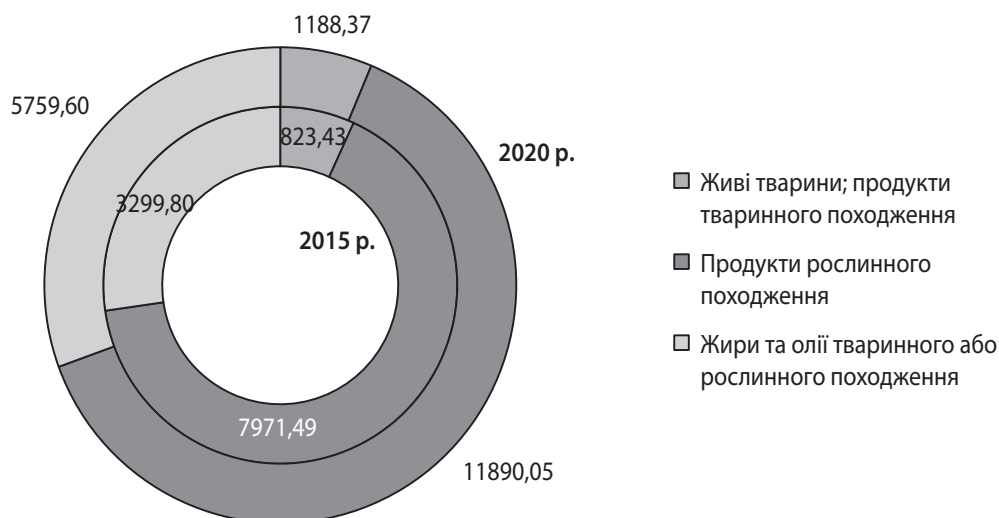


Рис. 5. Обсяги експорту сільськогосподарської продукції за видами у 2015 та 2020 рр., млн дол. США

Джерело: складено за [3].

галузі сільського господарства розвинувся, значно збільшивши обсяги продукції для зовнішньої торгівлі. Проте товарна структура зовнішньої торгівлі за 5 років майже не змінилася. На першому місці серед експортованих сільськогосподарських товарів залишаються продукти рослинного походження. В Україні обсяги експорту пшениці та кукурудзи за перший квартал 2020 р. склали 828,8 млн дол. США та 2451,3 млн дол. США відповідно, трохи менше продали ячменю – 710,1 млн дол. США та проса – 15,3 млн дол. США [9].

За останні 5 років II та III товарні групи (продукти рослинного походження та жири й олії (тваринного або рослинного походження) займають більше 90% експорту сільськогосподарських товарів (рис. 6).

У січні – травні 2021 р. співвідношення II та III товарних груп склало 60,63% та 39,37% відповідно. З 2016 по 2020 рр., окрім 2019 р., співвідношення II та III товарних груп складало $67 \pm 1,5\%$ до $32 \pm 1,5\%$ відповідно. У 2019 р. це співвідношення змінилося в бік збільшення II товарної групи, проте суттєвих змін структури товарних груп у динаміці не відбувалося.

Важливою частиною структури ринку є його учасники – країни, які імпортують українську агропродукцію. На січень 2021 р. країнами, яким наша держава експортує найбільше товарів, були: Китай (13% від загального експорту), Польща (8% від загального експорту), Туреччина (7% від загального експорту) (рис. 7). Найбільше пшениці було експортовано до таких країн, як: Єгипет (277,505 млн

дол. США), Туреччина (72,240 млн дол. США), Туніс (69,501 млн дол. США), Бангладеш (69,442 млн дол. США) та Індонезія (60,455 млн дол. США) [9].

За даними Державного комітету статистики України щодо обсягів експорту сільськогосподарських товарів, протягом 2015–2020 рр. було розроблено прогнозну модель методом екстраполяції (рис. 8). Прогнозні значення на 2021 р. склали $20800,85 \pm 252,62$ млн дол. США, а на 2022 р. – $22305,3 \pm 252,62$ млн дол. США. Таким чином, бачимо, що теоретичний прогноз є позитивним, що відображає розвиток експорту агрокомплексу.

Ринок експорту в галузі сільського господарства України, як і будь-який інший ринок, має сильні та слабкі сторони, які визначаються за допомогою SWOT-аналізу (табл. 1) [7]. Стратегічний статистичний «якісний» SWOT-аналіз – це підхід до планування, заснований на виявленні внутрішніх і зовнішніх факторів об'єкта. Для цього чинники поділяють на чотири категорії: сильні (*Strengths*) і слабкі (*Weaknesses*) сторони комплексу, відкриті можливості (*Opportunities*) та наявні загрози (*Threats*) [8].

Попри загрози для України є досить значущі можливості, які варто враховувати та використовувати в подальшому: можливість розвитку економіки та зовнішньої діяльності; реалізація невикористовуваних потужностей підприємств сфери агропродовольчого виробництва; підвищення частки експорту продукції з високим рівнем промислової переробки. Також можна відмітити те, що слабкі та сильні сторони

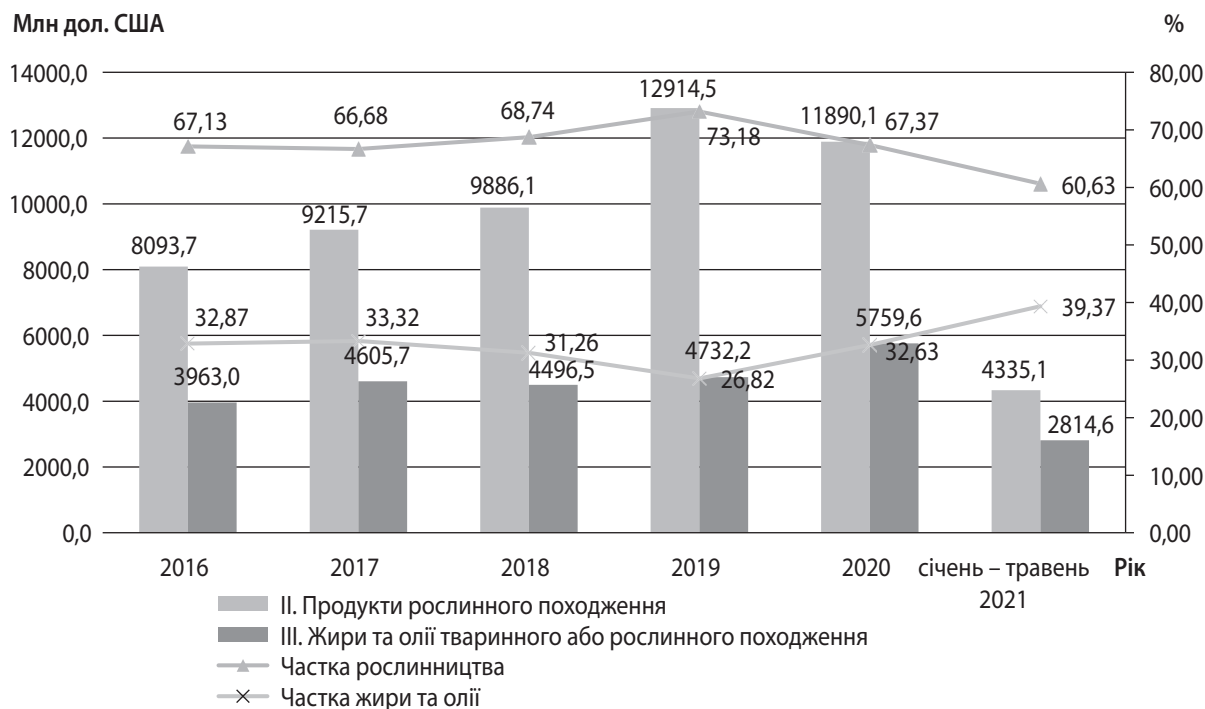


Рис. 6. Динаміка товарних груп II і III у 2016–2017 рр., млн дол. США

Джерело: складено за [3].

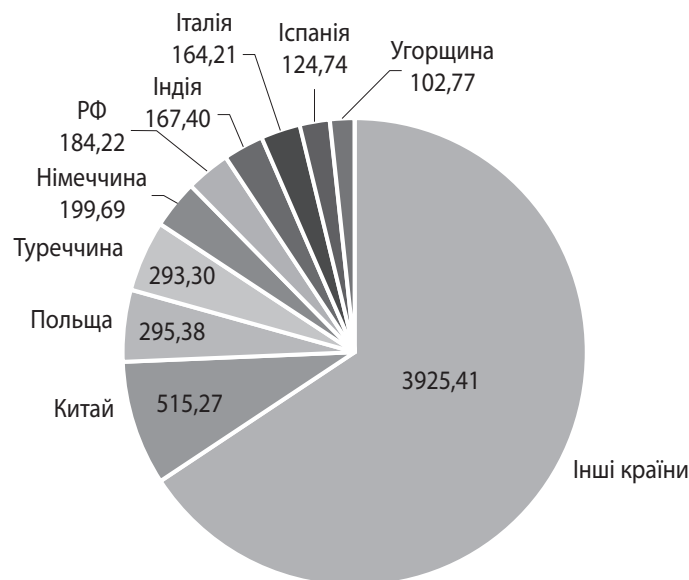


Рис. 7. Географічна структура експорту на 1 січня 2021 р., млн дол. США

Джерело: складено за [3].

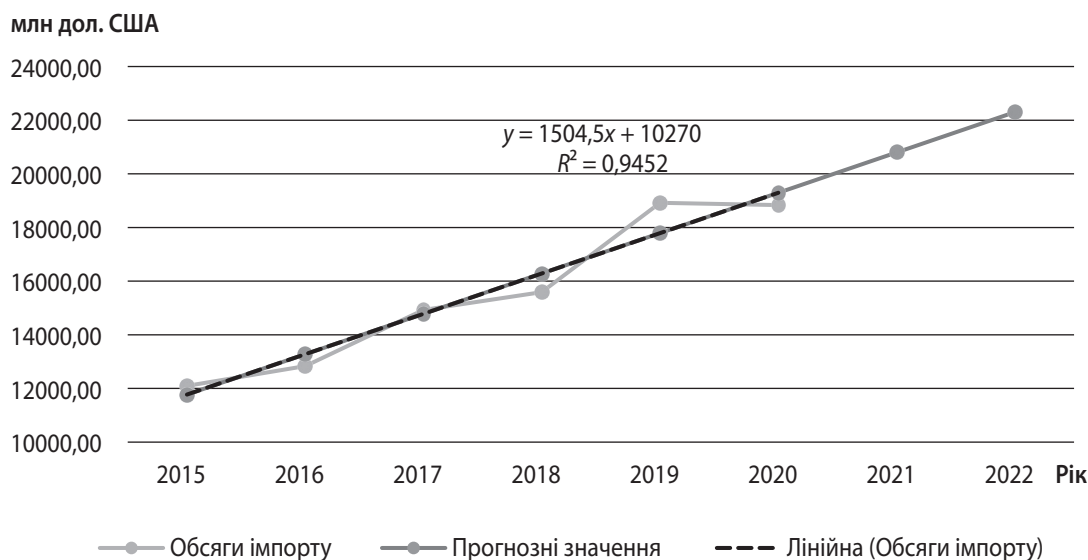


Рис. 8. Прогноз обсягів експорту сільськогосподарських товарів України на 2021 і 2022 рр., млн дол. США

Джерело: складено за [3].

галузі експорту сільськогосподарської продукції знаходяться в рівновазі. Для позитивної зміни ситуації необхідно звернути увагу на велику кількість можливостей і превентивно позбавлятися загроз для даної сфери. Першочерговими факторами, що можуть негативно вплинути на експорт сільськогосподарських товарів, є поява більш жорстких вимог щодо стандартів діяльності та якості товарів, можливості різкого коливання курсу національної валюти.

ВИСНОВКИ

Експортування сільськогосподарських товарів – це перспективний напрямок, який, як видно з аналізу, постійно розвивається. Проте потенціал сфери

експорту агропродукції досі не розкритий повністю, адже існують певні чинники, що заважають розвитку, такі як недостатність державної підтримки, невисокий рівень диверсифікації ринків і товарів, складність стандартизації та сертифікації продукції й інше. Вирішивши ці проблеми шляхом складення та утвердження державою певної стратегії розвитку зовнішньої торгівлі, що включала б у себе декілька напрямків діяльності та конкретні пункти, Україна може відрити собі нові перспективи для розвитку. ■

ЛІТЕРАТУРА

1. Цимбалюк І., Риковська Л. Теоретичний аналіз сутності та складників дефініції «аграрна сфера».

SWOT-аналіз експорту сільськогосподарської галузі України

	Сильні сторони (Strengths)	Слабкі сторони (Weaknesses)
Внутрішні середовище	<p>Стабільне та істотне зростання попиту на продовольство з боку світового ринку.</p> <p>Значний потенціал у розвитку сільськогосподарського виробництва, великі обсяги невикористовуваних посівних площ, трудового та наукового потенціалу.</p> <p>Диференційована структура переробної промисловості, високий кадровий потенціал переробних галузей.</p> <p>Сприятливе географічне розташування, відносна близькість до стратегічних ринків збуту агропродовольчої продукції.</p> <p>Потужний науковий потенціал для обґрунтування напрямків розвитку технологічної, технічної, економічної та стратегічної сфер розвитку підприємств</p>	<p>Стратегічні дії підприємств є лише реакцією на зміни факторів зовнішнього середовища, немає шляхів передбачення проблем.</p> <p>Орієнтація на короткострокові результати діяльності на шкоду середньо- та довгостроковим стратегічним планам.</p> <p>Старіння основних фондів персоналу та технологій, падіння технологічної дисципліни, застарілі технології.</p> <p>Непередбачуваність державної політики щодо стимулювання експорту.</p> <p>Низький рівень менеджменту й адміністративного управління у сфері експортної діяльності</p>
Зовнішні середовище	<p>Можливість розвитку економіки.</p> <p>Сприятливі можливості для ведення органічного виробництва продовольства.</p> <p>Реалізація невикористовуваних потужностей підприємств сфери агропродовольчого виробництва.</p> <p>Підвищення частки експорту продукції з високим рівнем промислової переробки.</p> <p>Відносно низька собівартість виробництва агропродукції та її переробка.</p> <p>Високий рівень екологічної безпеки продовольчих товарів.</p> <p>Традиційна прихильність споживачів до вітчизняних продуктів харчування.</p> <p>Державна підтримка підприємств даної сфери у вигляді пільг тощо</p>	<p>Поява нових, більш жорстких вимог щодо стандартів діяльності, технічного рівня та якості товарів.</p> <p>Можливості різкого коливання курсу національної валюти.</p> <p>Захоплення конкурентами світового ринку.</p> <p>Зростання витрат на виробництво та цін реалізації продукції.</p> <p>Зменшення кількості споживачів у країнах-партнерах.</p> <p>Регулювання галузі законодавчими актами України.</p> <p>Втрата прихильності споживачів до вітчизняних продуктів харчування</p>

Економічний часопис Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки. 2017. № 4. С. 13–19.

- DOI: <https://doi.org/10.29038/2411-4014-2017-04-13-19>
- Закон України «Про державну підтримку сільського господарства України» від 24.06.2004 р. № 1877-IV (зі змінами та доповненнями). URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1877-15#Text>
- Зовнішня торгівля. Державна служба статистики України. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/menu/menu_u/zed.htm
- Зовнішня торгівля України товарами та послугами у 2020 році / Міністерство економіки України. URL: <https://www.me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=76438c62-5e54-4931-ad98-7fe59d004a2a&title=ZovnishniaTorgivliaUkrainiTovaramiTaPoslugamiU2020-Rotsi&isSpecial=true>
- Класифікація сільськогосподарської продукції // ПАРУС. Інтернет-консультант. URL: http://cons.parus.ua/_d.asp?r=005VQ08568c8fc751f8f85680bc9fe9c5a46d
- Михайленко О. Г. Особливості міжнародної торгівлі сільськогосподарськими товарами у контексті сталого розвитку. *Актуальні проблеми міжнародних відносин*. 2014. Вип. 122. Ч. 1. С. 165–178. URL: <http://journals.iir.kiev.ua/index.php/apmv/article/viewFile/2437/2170>

7. Фіщук Н. Ю., Березюк Ю. Б. Стратегія формування та розвитку експортного потенціалу агропродовольчого сектору економіки. *Збірник наукових праць ВНАУ. Серія «Економічні науки»*. 2012. № 3. С. 234–242. URL: <http://repository.vsau.org/getfile.php/6244.pdf>
8. Владичин М. Б., Струк Н. С. Особливості застосування збалансованої системи показників у стратегічному управлінському обліку зовнішньоекономічної діяльності торговельних підприємств України. *Проблеми економіки*. 2015. № 4. С. 202–209. URL: https://www.problecon.com/export_pdf/problems-of-economy-2015-4_0-pages-202_209.pdf
9. Рахман М. С., Бабенко Н. М. Аналіз стану та перспектив експортно-імпортних операцій зернових і зернобобових культур в Україні. *Бізнес Інформ*. 2020. № 8. С. 134–139. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2020-8-134-139>

REFERENCES

Fishchuk, N. Yu., and Bereziuk, Yu. B. "Stratehiia formuvannia ta rozvytku eksportnoho potentsialu ahroprodovolchoho sektoru ekonomiky" [Strategy Formulation and Development of Export Potential of Agriproductional Sector]. *Zbirnyk naukovykh prats VNAU. Seriiia «Ekonomiczni nauky»*, no. 3 (2012): 234–242. <http://repository.vsau.org/getfile.php/6244.pdf>

- “Klasyfikatsiia silskohospodarskoi produktsii” [Classification of Agricultural Products]. PARUS. Ynternet-konsultant. http://cons.parus.ua/_d.asp?r=005VQ08568c8fc751f8f85680bc9fe9c5a46d
- [Legal Act of Ukraine] (2004). <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1877-15#Text>
- Mykhailenko, O. H. “Osoblyvosti mizhnarodnoi torhivli silskohospodarskymy tovaramy u konteksti staloho rozvytku” [Features of International Agricultural Trade in the Context of Sustainable Development]. *Aktualni problemy mizhnarodnykh vidnosyn*, iss. 122, part 1 (2014): 165–178. <http://journals.iir.kiev.ua/index.php/apmv/article/viewFile/2437/2170>
- Rakhman, M. S., and Babenko, N. M. “Analiz stanu ta perspektyv eksportno-importnykh operatsii zernovykh i zernobobovykh kultur v Ukraini” [Analyzing the Status and Prospects of Export-Import Operations of Cereals and Legumes in Ukraine]. *Biznes Inform*, no. 8 (2020): 134-139.
DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2020-8-134-139>
- Tsymbaliuk, I., and Rykovska, L. “Teoretychnyi analiz сутності та складників дефініції «аграрна сфера»” [Theoretical Analysis of the Essence and Constituent Definitions of «Agrarian Sphere»]. *Ekonomichnyi chasopys Skhid-*

- noievropeiskoho natsionalnoho universytetu imeni Lesi Ukrainky*, no. 4 (2017): 13-19.
DOI: <https://doi.org/10.29038/2411-4014-2017-04-13-19>
- Vladychyn, M. B., and Struk, N. S. “Osoblyvosti zastosuvannya zbalansovanoi systemy pokaznykiv u stratehichnomu upravlinskomu obliku zovnishnyoekonomichnoi diialnosti torhovelnykh pidpriemstv Ukrainy” [Features of the Balanced Scorecard Application in Strategic Management Accounting of Foreign Economic Activities of Commercial Enterprises in Ukraine]. *Problemy ekonomiky*, no. 4 (2015): 202-209.
DOI: https://www.problecon.com/export_pdf/problems-of-economy-2015-4_0-pages-202_209.pdf
- “Zovnishnia torhivlia Ukrainy tovaramy ta posluhamy u 2020 rotsi” [Ukraine's Foreign Trade in Goods and Services in 2020]. Ministerstvo ekonomiky Ukrainy. <https://www.me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=76438c62-5e54-4931-ad98-7fe59d004a2a&title=ZovnishniaTorgivliaUkrainiTovaramiTaPoslugamiU2020-Rotsi&isSpecial=true>
- “Zovnishnia torhivlia” [Foreign Trade]. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy. http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/menu/menu_u/zed.htm

УДК 658.8:664.144/.149

JEL: I12; M31; M37; O35

DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2021-11-482-487>

МАРКЕТИНГОВЕ ПРЕДТЕСТУВАННЯ ВИВЕДЕННЯ НА РИНОК ІННОВАЦІЙНОГО ХАРЧОВОГО ПРОДУКТУ АНТИАНЕМІЧНОГО СПРЯМУВАННЯ

©2021 ПРЯДКО О. М., ТАРАСОВ І. Ю.

УДК 658.8:664.144/.149

JEL: I12; M31; M37; O35

Прядко О. М., Тарасов І. Ю. Маркетингове предтестування виведення на ринок інноваційного харчового продукту антианемічного спрямування

У статті проаналізовано, систематизовано й узагальнено наукові праці вчених; розглянуто проблеми, що пов'язані із дослідженням теоретико-методологічних і прикладних аспектів маркетингу інновацій. Метою статті є дослідження сучасного стану регіонального ринку бісквітних напівфабрикатів і визначення ринкових перспектив нового інноваційного харчового продукту антианемічного спрямування. Обґрунтовано, що в умовах світової пандемії COVID-19 гостро постає питання здорового й оздоровчого харчування як засобу підтримки імунітету та підвищення можливостей організму людини щодо спротиву коронавірусу. Наявність хронічних захворювань здатна значно знижувати імунітет людини та, як наслідок, підвищує потенційну можливість захворювання. Наведено основні напрями реалізації оздоровчого харчування. Для досягнення поставленої мети здійснено власне пошукове дослідження методами тестування й опитування. Для дослідження ринку потенційних споживачів було розроблено анкету, що складалася із 13 взаємопов'язаних, поставлених у логічній послідовності запитань. Вибіркова сукупність складала 300 респондентів. Виявлено споживче ставлення до групи харчових продуктів – бісквітні напівфабрикати з додаванням дієтичної добавки гемового заліза – і перспектив сприйняття його нового різновиду. За результатами дослідження виділено найбільш значущі індикатори якості продукції. Виявлено певні тенденції на ринку бісквітних напівфабрикатів. Запропоновано комплекс дій маркетингового стратегічного спрямування для підвищення ринкової перспективи нового інноваційного харчового продукту. Розроблено рекомендації щодо виведення цієї продукції на регіональний ринок, обґрунтовано його ринкову та споживчу актуальність під час пандемії COVID-19.

Ключові слова: анемія, COVID-19, ринок, дослідження, респондент, споживач, маркетинг, інноваційний харчовий продукт.

Рис.: 3. **Бібл.:** 9.

Прядко Ольга Миколаївна – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри маркетингу та медіакомунікацій, Державний біотехнологічний університет (вул. Алчевських, 44, Харків, 61002, Україна)

E-mail: oliaprydko9598@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1065-5567>

Тарасов Ігор Юрійович – кандидат економічних наук, доцент кафедри маркетингу та медіакомунікацій, Державний біотехнологічний університет (вул. Алчевських, 44, Харків, 61002, Україна)

E-mail: igor_tarasov@ukr.net

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6086-1983>

Researcher ID: <https://publons.com/researcher/1892862/ihor-tarasov/>

Scopus Author ID: <https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=57211391139>