

Встановлено погіршення стану основних засобів та зменшення економічної ефективності діяльності сільськогосподарських підприємств України в умовах сучасних викликів. Це викликало уповільнення темпів техніко-технологічного переозброєння та інноваційно-інвестиційної діяльності агробізнесу. Нині формування джерел забезпечення відтворення матеріально-технічної бази відбувається за рахунок самофінансування, проте їх розмірів не достатньо для стійкого розвитку сільськогосподарських підприємств.

Список використаних джерел:

1. *Капітальні інвестиції за видами активів за видами економічної діяльності у 2024 році: матеріали сайту Держслужби статистики України.* URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/>

2. *Статистичний щорічник України за 2023 рік. К.: Державна служба статистики України, 2024. 268 с.*

УДК 339.1:663

Кирилюк А.В.,
здобувач вищої освіти,
Державний торговельно-економічний університет

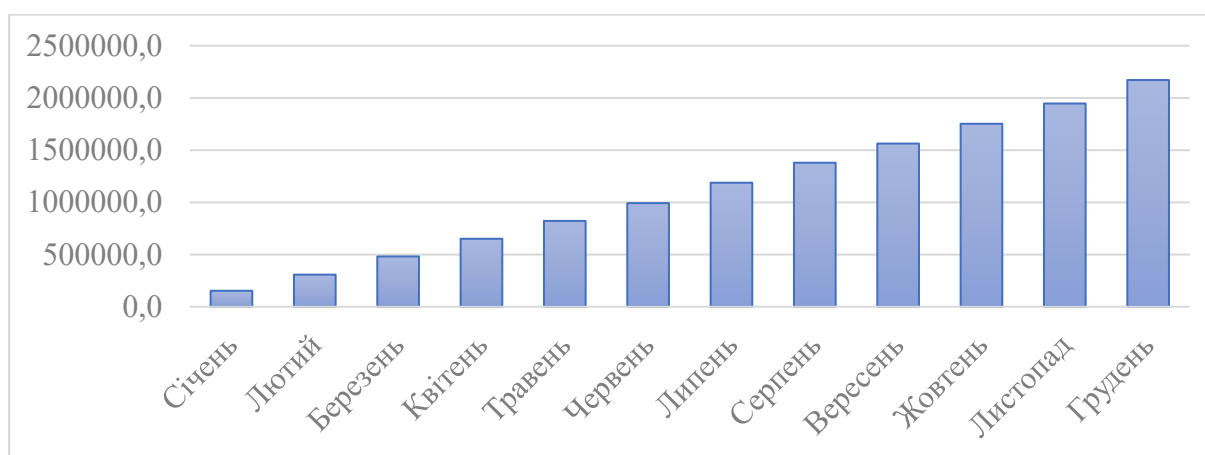
АНАЛІЗ РИНКУ БЕЗАЛКОГОЛЬНИХ НАПОЇВ В УКРАЇНІ ТА ВИЗНАЧЕННЯ СУЧАСНИХ ТРЕНДІВ

У динамічному конкурентному середовищі дослідження ринкових трендів є необхідною передумовою формування маркетингової стратегії підприємства і прийняття зважених управлінських рішень. Вивчення трендів безалкогольних напоїв в Україні дозволяє: визначити зміни споживчих уподобань; виявити нові ринкові можливості; адаптувати маркетингову та продуктову стратегію підприємства відповідно до потреб і очікувань цільової аудиторії; передбачати дії конкурентів і зменшити ризики інвестування внаслідок прогнозування ринкових змін та уникнення прийняття хибних рішень [1].

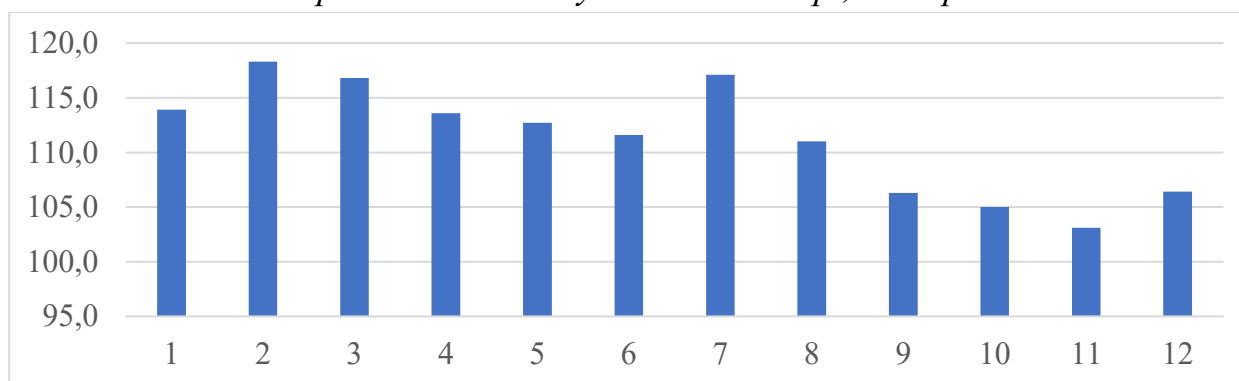
Для визначення трендів необхідно провести ґрунтовний аналіз ринку, який передбачає систематичне вивчення зовнішнього та внутрішнього бізнес-середовища, споживацьких вподобань, а також попит і пропозиції на ринку. Для отримання об'єктивної інформації підприємства використовують кількісні та якісні методи дослідження і аналізують дані за певним визначеним процесом, який містить два основні етапи.

Першим етапом є збір вторинної інформації щодо ринку безалкогольних напоїв в Україні. На цьому етапі, зазвичай, здійснюються аналіз наявних джерел: даних Держстату України, аналітичних звітів Euromonitor [2], Nielsen чи Statista [3], профільних фахових публікацій у ЗМІ, даних асоціацій виробників і

продавців. У зв'язку з воєнним станом, Державна служба статистики України не оприлюднює дані щодо ринку безалкогольних напоїв в Україні з 2022 року. Наявна інформація є фрагментарною і її можна використати тільки для аналізу трендів. На основі даних, наведених на рис. 1, можна зробити висновки щодо зростання індексів фізичного обсягу обороту роздрібної торгівлі в Україні за 2024 р., відповідно до попереднього року [4]. Проте індекс розраховується на основі обороту в гривнях і якщо врахувати індекс інфляції, то спостерігається тренд на зменшення продажів товарів у фактичних одиницях. Тобто ціни на товари підвищились, а кількість у штуках зменшилась.



Оборот роздрібної торгівлі юридичних та фізичних осіб в Україні з наростаючим підсумком за 2024 р., млн.грн



Індекс фізичного обсягу обороту роздрібної торгівлі юридичних та фізичних осіб в Україні за січень-грудень 2024 р., до відповідного місяця попереднього року, %

Рис. 1. - Обороти роздрібної торгівлі та індекс фізичного обсягу обороту юридичних та фізичних осіб в Україні за січень-грудень 2024 р.

На другому етапі проводиться первинне дослідження, яке передбачає безпосередній збір даних спеціально для підприємства, відповідно до сформованого унікального запиту [5]. Для аналізу ринку безалкогольних напоїв в Україні проведено опитування споживачів для з'ясування соціально-

демографічного профілю, мотивації вибору, рівня задоволеності продукцією та сприйняття основних брендів. В опитуванні прийняли участь понад 1000 респондентів, серед яких 40% віком від 40 до 60 років, 27% від 25 до 39 років, 21% віком від 18 до 24 років, 8% до 18 років і 4% понад 60 років.

На основі проведеного дослідження встановлено такі сучасні тренди ринку безалкогольних напоїв в Україні: 1) більшість українців надають перевагу класичним безалкогольним напоям і смакам; 2) все більше споживачів замислюються над зниженим вмістом цукру і натуральністю інгредієнтів; 3) основними тригерами покупки безалкогольних напоїв є бренд, смак, ціна і якість; 4) зменшується споживання солодких газованих напоїв і збільшується попит на столову чи мінеральну воду; 5) серед українців набувають популярності натуральні, низькокалорійні або функціональні напої, що містять вітаміни чи пробіотики.

Список використаних джерел:

1. Ковшова, І. О., & Гриджук, І. А. (2011). Формування процесу маркетингових досліджень на підприємстві. *Економіка та держава*, (2), 62-64.

2. Euromonitor International. (2023). *Soft Drinks in Eastern Europe*: <https://www.euromonitor.com>

3. Statista Research Department. (2024). *Non-alcoholic Beverages Market – Global Trends & Forecasts*. <https://www.statista.com>

4. Державна служба статистики України. (2024). *Офіційна статистика виробництва харчових продуктів*: <https://www.ukrstat.gov.ua>

5. Ковшова, І., & Глуценко, В. (2021). *Маркетинговий моніторинг конкурентних можливостей компанії на ринку непродовольчих товарів*.

УДК 332.365

Бочко О.Ю.,

доктор економічних наук, професор,
професор кафедри маркетингу і логістики,

Кожушко П.І.,

здобувач третього рівня вищої освіти,
Національний університет «Львівська політехніка»

ОРГАНІЧНА ПРОДУКЦІЯ ЯК ОСНОВА ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНОГО РОЗВИТКУ АГРАРНОГО СЕКТОРУ УКРАЇНИ

В Україні активно розвивається органічне виробництво – важливий елемент сучасної агропродовольчої галузі та один із ключових напрямів «зеленої» економіки. Його розвиток забезпечується завдяки підвищенню інтересу та екологічної обізнаності споживачів, популярності здорового