

спеціальні акції, «гаряча лінія», директ-маркетинг, клієнтські спільноти, віртуальні спільноти та ін.

Отже, для ефективного провадження концепції маркетингу партнерських відносин у діяльність елеваторних підприємств доцільно в їх організаційній структурі створити маркетингові підрозділи (якщо вони є незалежними юридичними особами) або ввести посаду маркетолога (залежить, наприклад, від потужності підприємства із зберігання зерна та інших чинників). При цьому базовою буде побудова за функціональною ознакою, де особлива роль відводитиметься дослідженням та комунікаціям.

Література:

1. Козар Г. Маркетинг партнерських відносин як основа ведення сучасного бізнесу. URL : <http://dspace.wunu.edu.ua/bitstream/316497/4122/1.pdf>

2. Луцій К.М. Маркетинг партнерських відносин м'ясопереробних підприємств / автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. економ. наук : спец. 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами». 2018. 24 с.

3. Колотова Н.Б. Нові інструменти маркетингу відносин інноваційних проєктів машинобудівних підприємств: краудсорсинг і краудфандінг. URL: https://mmi.fem.sumdu.edu.ua/sites/default/files/mmi2015_3_56_65_0.pdf

МАРКЕТИНГОВА ТОВАРНА ПОЛІТИКА ВІТЧИЗНЯНИХ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ НА РИНКУ ЗЕРНА

Бортник Т.І.

к.е.н., доцент кафедри маркетингу

Уманський національний університет садівництва

В умовах повномасштабної війни РФ усі сфери діяльності в Україні зазнали кардинальних змін. Сільськогосподарські товаровиробники, як і інші господарюючі суб'єкти, мусили щодня адаптуватися до нових викликів, переглядаючи маркетингові стратегії, відходячи від стратегічного планування і застосовуючи реактивне управління.

Ефекти, спричинені війною на товаровиробників галузі [1]:

- в результаті повномасштабного вторгнення РФ у 2022 році, посівні площі зменшились на 21%;

- протягом 2022-2023 років, близько 5.4% територій, що використовувались у рослинництві, були повернені, і ще близько 15% залишається під окупацією;

- виробництво продовжило знижуватись з огляду на зменшення робочої сили та атак, що продовжуються. Понад дві третіх від загального врожаю зернових та олійних культур експортуються, формуючи значну частку доходів від зовнішньої торгівлі. Блокада морських портів призвела до помітного падіння обсягу експорту;

- не зважаючи на те, що підписання Зернової Угоди та створення власного «зернового коридору» частково полегшило експорт, високі логістичні витрати

продовжують негативно впливати на внутрішні ціни, не даючи змоги фермерам отримати повну вигоду від експортних коридорів.

Починаючи з 2022 року в Україні площа посівна зернових культур під урожай скоротилася (рис. 1).

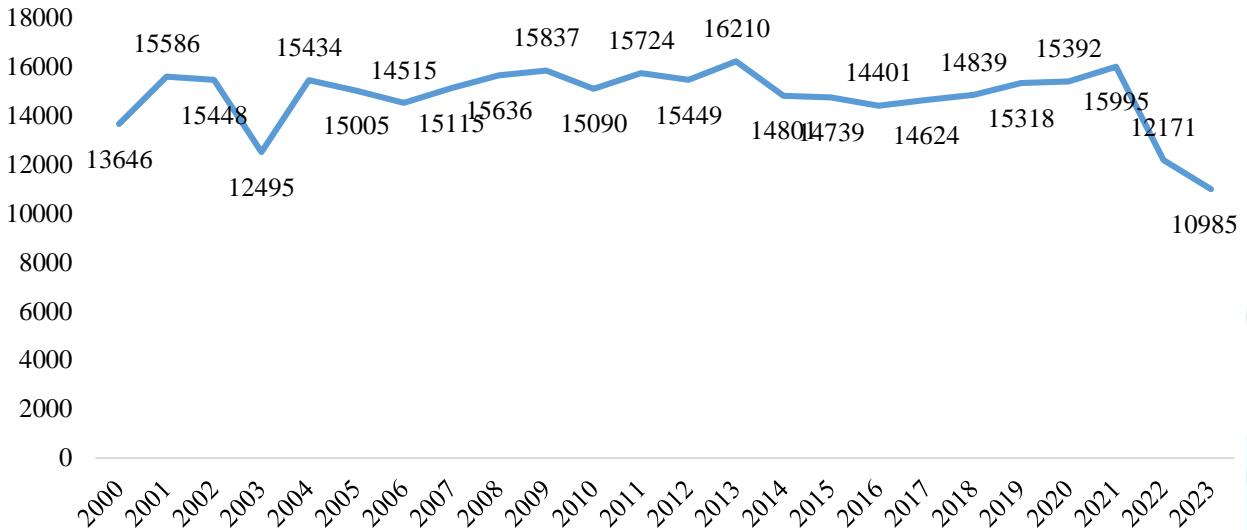


Рис. 1. Площа посівна зернових культур під урожай, тис.га [2]

В Україні список поширених культур очолюють пшениця, жито, ячмінь, овес, кукурудза, просо, гречка та рис. Помірний клімат чудово підходить для вирощування зернових. За даними державної служби статистики України у 2024 році в структурі посівних площ сільськогосподарських культур частка зернових та зернобобових зросла порівняно з попереднім 2023 роком для підприємств і знизилась для господарств населення (табл. 1). Водночас, порівняно з 2021 роком в 2024 році загальна посівна площа скоротилася на 30,3%, через виведення з господарського обороту частини земель с/г призначення внаслідок окупації частини з них, мінування, небезпеки обробки поряд з лінією бойового зіткнення.

Починаючи з 2000 року виробництво зернових та зернобобових культур в Україні зростало і у 2021 році становило рекордні 86010 тис.т, знизившись в 2023 році до 59772 тис.т (рис. 2).

Обсяги виробництва зернових культур корелюють з їх урожайністю. Найнижчою урожайність була у 2003 році – 18,2 ц з 1 га, відповідно і обсяги виробництва зернових культур становили 20,3 млн. т. Найвищою урожайність до повномасштабного вторгнення РФ була у 2021 та 2019 роках – 53,9 та 49,1 ц з 1 га. Обсяги виробництва у ці роки теж були рекордні – 86 млн.т. у 2021 році і 75,1 млн.т. у 2019 році.

Таблиця 1

Площа посівна зернових культур під урожай, тис.га [2]

Культури зернові та зернобобові	2021	2021 до 2020, %	2024	2024 до 2023, %
Всього	15943,9	103,6	11116,1	101,1
Пшениця	7099,6	107,6	4902,1	104,9
пшениця озима	6907,5	107,5	4728,5	105,5
пшениця яра	192,1	115,1	173,6	90,0
Кукурудза	5474,8	100,8	4049,7	98,5
Ячмінь	2474,5	103,3	1412,6	94,3
ячмінь озимий	1137,5	111,0	573,3	93,2
ячмінь ярий	1337,0	97,6	839,3	95,0
Жито	175,3	126,9	71,9	90,4
жито озиме	174,2	127,1	71,3	90,4
жито яре	1,1	101,1	0,6	86,2
Овес	177,9	89,1	173,1	104,9
Гречка	84,0	100,0	89,1	60,2
Сорго	42,8	87,5	18,8	132,1
Просо	78,1	49,1	92,6	104,1
Рис	9,9	88,3	3,0	137,1
культури зернобобові	314,6	99,7	295,0	142,9
квасоля	48,3	99,4	50,8	120,9
горох	242,1	101,3	212,1	141,1

У структурі зернових культур у 2023 році найбільша частка належить трьом культурам – кукурудзі (25,6%), пшениці (55,55%) і ячменю (18,04%). Крім цих видів культур також вирощували жито, овес, просо, гречку, рис, зернобобові, але їх частка значно менша – близько 1% загального обсягу зернових та зернобобових культур. У 2021 році розподіл був іншим: кукурудза - 49%; пшениця - 37%; ячмінь - 11%.

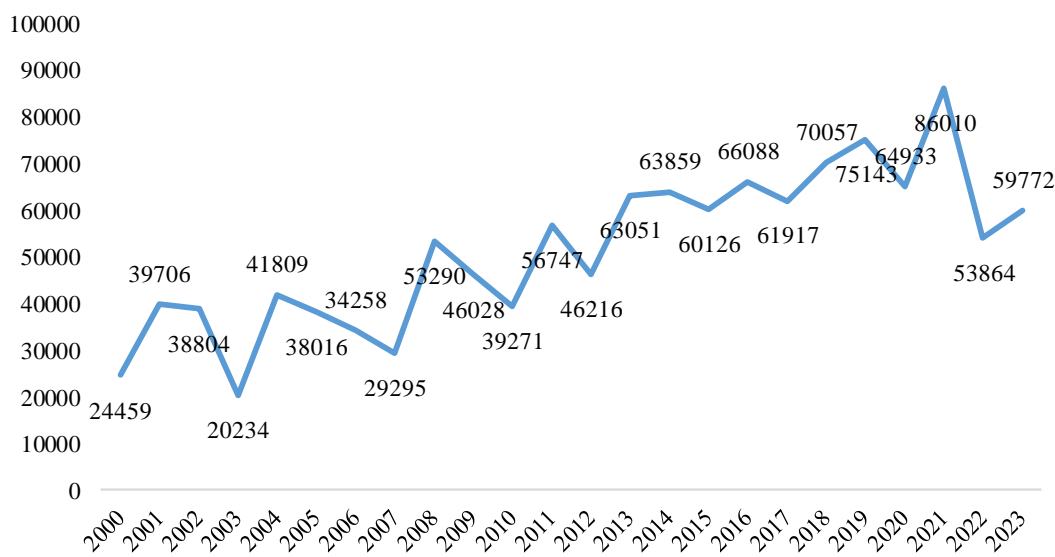


Рис. 2. Динаміка виробництва зернових та зернобобових культур в Україні (тис.т) [2]

В розрізі основних зернових і зернобобових культур урожайність значно коливається, але з огляду на інновації у підходах до виробництва та інтенсифікації спостерігається зростаючий тренд. Але ріст врожайності не зможе повністю компенсувати зменшення посівних площ, тому спостерігається зниження загального обсягу виробництва.

В умовах нестабільності багато аграріїв переходять на вирощування культур з меншими логістичними витратами або які мають більш стійкий внутрішній попит, таких як олійні культури.

Враховуючи нестабільність цін та можливі перебої з експортом через війну, варто бути гнучким у виборі культур для вирощування і в плануванні обсягів продукції. Доцільно розглянути можливість вирощування різних видів зернових культур, таких як пшениця, ячмінь, кукурудза та олійні культури (соняшник, ріпак). Це зменшить ризики, пов'язані зі змінами попиту або цін на одну культуру, і допоможе забезпечити стабільність доходів. Вирощування нішових зернових культур може стати перспективною стратегією, враховуючи зміну попиту та кліматичні зміни. Такою культурою може бути кіноа, що стає дедалі популярнішою завдяки своїм високим поживним властивостям і популярності у сегменті здорового харчування. Вона є досить стійкою до посухи та може рости на ґрунтах, що не підходять для традиційних зернових культур, таких як пшениця, та користується попитом на світових ринках, що відкриває експортні можливості. Спельта може рости на бідних ґрунтах і є стійкою до хвороб, що знижує витрати на хімічні засоби захисту. Вона використовується у виробництві хліба, каш і продуктів здорового харчування. Варто також розглянути доцільність вирощування сорго, люпина, амаранта. Вирощування таких культур може збільшити конкурентоспроможність підприємства на ринку та забезпечити стабільніші прибутки.

Література:

1. Агровигляд України 2024-2033. *KSE*. URL: <https://kse.ua/wp-content/uploads/2024/03/Agroviglyad-2024-2033.pdf>
2. Рослинництво. Державна служба статистики України. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/>

РОЛЬ МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ У РОЗРОБЦІ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ УКРАЇНСЬКОГО ЛІСОПИЛЬНОГО СЕКТОРА НА ПРИКЛАДІ РІВНЕНСЬКОЇ ОБЛАСТІ

Гергелюк А. В.

студентка МАРЗ-71м групи

Науковий керівник - старший викладач Мельник С. Р.

Національний університет водного господарства та природокористування

Сучасні тенденції створенні в умовах швидкої глобалізації та посиленої конкуренції роблять маркетингові дослідження незамінними інструментами у