

Роман АВРАМЕНКО

*аспірант кафедри Маркетингу та міжнародної торгівлі
Національного університету біоресурсів і природокористування України*

ORCID <https://orcid.org/0009-0003-3651-2964>

processing.azalea@gmail.com

МАРКЕТИНГОВА СТРАТЕГІЯ СТИМУЛЮВАННЯ ЗБУТУ НАСІННЯ ГАРБУЗІВ

MARKETING STRATEGY TO STIMULATE SALES PUMPKIN SEEDS

Для ефективного просування товарів каналами дистрибуції, як правило, використовуються дві основні технології: PUSH («пуш» – в перекладі «штовхати») і PULL («пул» – в перекладі «тягнути»), які представлені на рис. 1. PUSH-технологія дозволяє «проштовхувати» продукт по торговому ланцюжку шляхом стимулювання посередників, торгового персоналу. PULL- технологія фактично «витягає» продукт через ланцюг дистриб'юторів шляхом стимулювання кінцевого попиту та споживачів.

Критичний огляд теоретико-прикладних напрацювань з питань збутової діяльності насіння гарбузів дозволяє систематизувати широкий спектр рішень, що приймаються у сфері збутової політики, і виділити такі основні напрями її реалізації:

- розробка та впровадження стратегії розподілу – передбачає вибір типу каналу розподілу (маркетингової збутової системи), визначення ступеня інтенсивності розподілу та структури каналу розподілу, а отже, прийняття політичних рішень в області співпраці з посередниками та управління взаємовідносинами в каналі;
- вибір стратегії просування продукції через канал розподілу – окреслює тип комунікаційної політики у збутовому каналі (PUSH- і PULL- стратегії) зосередження зусиль щодо заохочення та стимулювання або на кінцевих споживачах, або на збутових посередниках;
- забезпечення процесів маркетинг-логістики – охоплює реалізацію політики щодо оброблення замовлень, складування та формування товарних запасів, транспортування продукції тощо;
- мотивація збутового персоналу – визначає впровадження принципів управління збутовим персоналом та є основою формування культури продажів, системи розвитку персоналу та матеріальних і нематеріальних заохочень, сфери корпоративних комунікації, підходів до оцінки результатів праці.

Слід зазначити, що гарбуз користується заслуженою популярністю на всіх континентах, він став домашньою ягодою близько семи тисяч років тому. Зараз відомо більше 200 їстівних сортів цієї рослини (з 800). Найбільші виробники гарбуза – США, Мексика, Індія, Китай. Не менш популярний він і в Європі, де деякі його сорти були відомі задовго до відкриття Америки. Зараз за посівними площами

ця культура займає п'яте місце у світі й відноситься до сільськогосподарських, з великим експортним потенціалом. Гарбуз - невід'ємна частина української культури, традицій і, звичайно, національної кухні. Сьогодні тому акцент робиться на якість плодів, від якого залежать користь і смакові характеристики [3].

Упродовж 2000-2020 рр. загальна зібрана площа під гарбузами столовими зросла в усіх категоріях господарств із 25,1 тис. га до 30,0 тис. га, середня урожайність, відповідно із 16,0 т/га до 23,03 т/га, валовий збір за останні три роки був у межах 700 тис. т (рис.1). В Україні найбільше гарбуза вирощується в Донецькій, Дніпропетровській, Полтавській, Одеській, Харківській, Запорізькій і Київській областях. Основні напрями експорту гарбузового насіння – Європа й країни Середнього Сходу.

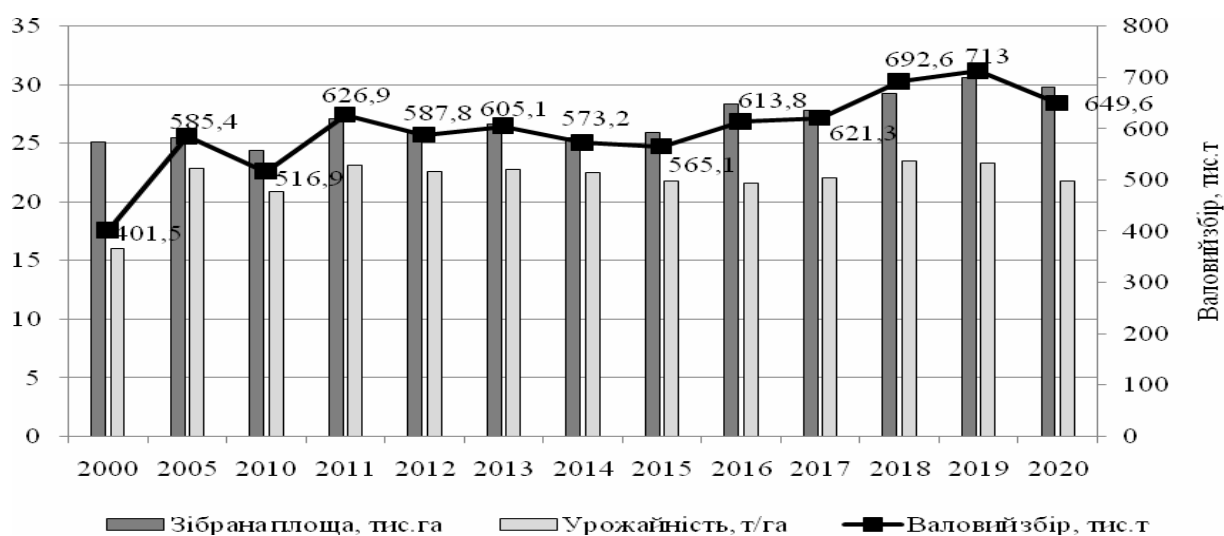


Рисунок 1 – Динаміка вирощування гарбузів столових в Україні [4].

За даними маркетингових досліджень встановлено, що у світі росте попит на масло, виготовлене з насіння гарбузів.

Основним виробником гарбузового масла в Європі вважається Австрія. За останні 2 роки об'єми продажів так званого "зеленого золота Штирії" (провінція Австрії) зросли на 30%.

Виробництво масла з насіння гарбуза складає 1,5 млн літрів. Приблизно 20% виробленого масла експортується в Німеччину. Перспективними цільовими ринками такого масла є США і Японія.

Фактично агробізнесом із вирощування гарбузів на насіння здебільшого займаються в господарствах населення, де основну їх частину – м'якуш використовують також для годівлі тварин. Однак за останні роки ним зацікавилися також окремі фермерські господарства і сільськогосподарські підприємства, які почали використовувати спеціалізовані для цього сорти. На світовому ринку стрімко зростає попит на виробництво як насіння так і олії з нього, адже гарбуз є дуже корисною культурою, а все, що корисне, нині дуже популярне. Щоб отримати 1 т насіння, потрібно засіяти цією культурою 1 га землі. За сприятливих умов, її гібридні сорти можуть давати і 1,5 т/га. За даними НУБіП, середня врожайність

гарбузів 40 т/га на зрошувальних землях, і 25–30 т/га на землях без зрошення. У середньому насіння має частку 1–2% від маси гарбуза, тож з 1 га можна отримати до 800 кг насіння за наявності зрошення [2].

В Україні майже все зібране голозерне насіння експортується до Австрії для подальшої переробки. Із звичайного гарбуза у нас виготовляють натуральні соки, пюре, заправки й соуси, а також використовують на корм худобі, а традиційне насіння використовують у хлібопекарній галузі. Гарбузи реалізують не лише на внутрішньому ринку, але й експортують. Основним зовнішнім ринком реалізації для українського гарбуза залишаються країни ЄС. Нині користується попитом органічна та сушена продукція з гарбузів. Ціна реалізації такої продукції в країнах ЄС українськими виробниками може сягати 0,8–1 євро/кг [1].

Олія з насіння гарбуза є однією з найдорожчих, її отримують шляхом холодного віджиму. Вона дуже популярна в країнах Європи, де широко використовується в харчових, фармацевтичних і косметологічних цілях. Таким чином, вирощування гарбузів як столових так і олійних на родючих землях різних регіонів України має високу економічну ефективність та господарську цінність. Господарства будь-якого розміру землекористування можуть ефективно займатись вирощуванням гарбузів на насіння, а зазначений напрям сільськогосподарської економічної діяльності, як правило, є прибутковим і забезпечує відносно швидку віддачу інвестицій і є новою нішею підприємницької діяльності в аграрній галузі.

Список використаних джерел

1. Катерина Зверєва. Основним експортним ринком для українського гарбуза залишаються країни ЄС. URL: <https://ukrainefood.org/2020/11/osnovnym-eksportnym-rynkom-dlia-ukrainskoho-harbuza-zalyshaiutsia-krainy-ies-kateryna-zvierieva/> (дата звернення: 02.10.2021).
2. Олійний гарбуз, все краще – всередині. URL: <https://agravery.com/uk/posts/show/cvoa-nisa-olijnij-garbuz-vse-krase-vseredini> (дата звернення: 16.09.2021).
3. Бойко Л. О. Сучасні тенденції розвитку овочевої галузі в умовах євроінтеграції України. *Агросвіт*. 2020. № 6. С. 69–76. doi: 10.32702/2306-6792.2020.6.69.
4. Державна служба статистики України. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2020/zb/04/zb_rosl_2019.pdf (дата звернення: 18.08.2021).