

ІННОВАЦІЙНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ РИНКУ КОНДИТЕРСЬКИХ ВИРОБІВ УКРАЇНИ

© 2016 ЕРМАК С. О., ПЛОТНИЦЬКА В. В.

УДК 338.436.32

Ермак С. О., Плотницька В. В. Інноваційні аспекти розвитку ринку кондитерських виробів України

Метою статті є аналіз стану та тенденцій розвитку галузі кондитерських виробів України, виявлення проблем і пошук їх рішень у контексті інноваційного розвитку. Розглянуто рейтинг ТОП-100 найбільших світових виробників кондитерської продукції та проведено порівняльний аналіз за 2014–2015 рр. Досліджено структуру та нинішній стан ринку кондитерських виробів України. Виявлено основні проблеми кондитерської галузі України, обумовлені складною політичною ситуацією в країні та економічними труднощами, які умовно було поділено на чотири групи: фінансові проблеми; зниження купівельної спроможності населення; проблеми, пов'язані з внутрішньою політикою держави; проблеми, пов'язані з ринками збуту. Шляхами вирішення позначених проблем можна вважати модернізацію виробництва, використання інноваційних технологій встановлення найсучасніших виробничих ліній, підвищення технологічності та наукоємності виробництва за умов вдосконалення законодавчої бази України, орієнтації на європейський ринок і оптимізації доставки продукції в обхід Росії.

Ключові слова: кондитерський ринок України, інноваційний аспект, рейтинг виробників кондитерської продукції, проблеми розвитку.

Рис.: 3. **Табл.:** 2. **Бібл.:** 10.

Ермак Світлана Олександрівна – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри економіки підприємства, Донецький національний університет економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського (вул. Трамвайна, 16, Кривий Ріг, Дніпропетровська область, 50005, Україна)
E-mail: svetlanaermak@mail.ru

Плотницька Вероніка Валеріївна – студентка, Донецький національний університет економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського (вул. Трамвайна, 16, Кривий Ріг, Дніпропетровська область, 50005, Україна)

УДК 338.436.32

UDC 338.436.32

Ермак С. А., Плотницкая В. В. Инновационные аспекты развития рынка кондитерских изделий Украины

Целью исследования является анализ состояния и тенденций развития отрасли кондитерских изделий Украины, выявление проблем и поиск их решений в контексте инновационного развития. Рассмотрен рейтинг ТОП-100 крупнейших мировых производителей кондитерской продукции и проведен сравнительный анализ за 2014–2015 гг. Исследована структура и нынешнее состояние рынка кондитерских изделий Украины. Выявлены основные проблемы кондитерской отрасли Украины, обусловленные сложной политической ситуацией в стране и экономическими трудностями, которые условно были разделены на четыре группы: финансовые проблемы; снижение покупательной способности населения; проблемы, связанные с внутренней политикой государства; проблемы, связанные с рынками сбыта. Пути решения обозначенных проблем можно считать модернизацию производства, использование инновационных технологий, установка современных производственных линий, повышение технологичности и наукоёмкости производства при условии совершенствования законодательной базы Украины, ориентации на европейский рынок и оптимизации доставки продукции в обход России.

Ключевые слова: кондитерский рынок Украины, инновационный аспект, рейтинг производителей кондитерской продукции, проблемы развития.

Рис.: 3. **Табл.:** 2. **Библ.:** 10.

Ермак Светлана Александровна – кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры экономики предприятия, Донецкий национальный университет экономики и торговли им. М. Туган-Барановского (ул. Трамвайная, 16, Кривой Рог, Днепропетровская область, 50005, Украина)
E-mail: svetlanaermak@mail.ru

Плотницкая Вероника Валерьевна – студентка, Донецкий национальный университет экономики и торговли им. М. Туган-Барановского (ул. Трамвайная, 16, Кривой Рог, Днепропетровская область, 50005, Украина)

Yermak S. O., Plotnitskaya V. V. The Innovation Aspects of Development of the Confectionery Market of Ukraine

The study is aimed at analyzing the status and trends of Ukrainian confectionery industry sector, identifying problems and searching for solutions in the context of innovation development. The rating of TOP-100 of the world's largest producers of confectionery products has been considered, a comparative analysis for the 2014-2015 timeframe has been carried out. Both structure and the present status of the confectionery market of Ukraine have been examined. The main problems of Ukrainian confectionery industry sector have been identified as dependent on the complicated political situation in the country and the economic difficulties, which conditionally were divided into four groups: financial problems; decline in the purchasing power of population; problems related to the internal policy of the State; problems associated with markets. As ways to solve the outlined problems can be considered modernization of production, use of innovative technologies, installation of modern production lines, improving the technological effectiveness and knowledge-intensity of production subject to improvement of legislative framework of Ukraine, orientation to the European market and the product delivery optimization bypassing Russia.

Keywords: confectionery market of Ukraine, innovation aspect, rating of producers of confectionery products, development problems.

Fig.: 3. **Tbl.:** 2. **Bibl.:** 10.

Yermak Svitlana O. – PhD (Economics), Associate Professor, Associate Professor of the Department of Enterprise Economics, Donetsk National University of Economy and Trade named after M. Tugan-Baranovsky (16 Tramvaina Str., Kryvyi Rih, Dnipropetrovsk region, 50005, Ukraine)
E-mail: svetlanaermak@mail.ru

Plotnitskaya Veronika V. – Student, Donetsk National University of Economy and Trade named after M. Tugan-Baranovsky (16 Tramvaina Str., Kryvyi Rih, Dnipropetrovsk region, 50005, Ukraine)

Трансформаційні процеси в економіці України висувають вимоги до перебудови її структури з орієнтацією на інноваційний напрямок розвитку. Галузь кондитерських виробів займає важливе місце у структурі харчової промисловості країни і є досить розвиненою, самодостатньою та успішно діючою, що, своєю чергою, супроводжується постійним посиленням кон-

курентності в ній. Тому невід'ємною передумовою забезпечення конкурентоспроможності підприємств кондитерської галузі, які мають динамічно вирішувати питання оцінки стратегії своєї поведінки не тільки у перспективі, але й сьогодні, є активна інноваційна діяльність.

Дослідженнями ринку кондитерських виробів України та активізації діяльності підприємств кондитер-

ської галузі присвячено роботи А. П. Тарасевича, К. А. Демяненка [4], О. О. Мозгової, С. М. Заболотного, А. О. Заїнчковського та М. П. Сичевського [9] та ін. Проте в умовах швидко мінливого зовнішнього середовища, у тому числі політико-економічної ситуації в країні та світі, розвитку науково-технічного прогресу, зміни потреб споживачів, їх купівельної спроможності і т. ін. з'являються нові проблеми розвитку кондитерської галузі, які потребують детального вивчення і вирішення.

Метою статті є аналіз стану та тенденцій розвитку галузі кондитерських виробів України, виявлення проблем та пошук їх рішень у контексті інноваційного розвитку.

Ринок кондитерських виробів в Україні динамічно розвивається, оскільки, з одного боку, передові компанії витісняють менш потужних гравців, а, з іншого, – постійно з'являються нові гравці, які створюють конкурентне середовище. Кондитерські вироби включають близько 2000 найменувань, з яких понад 90% ринку солодошів належить вітчизняній продукції. В Україні їх виготовляють понад 800 підприємств, які розміщені достатньо рівномірно та відповідають густоті населення [2]. На українському ринку кондитерських виробів якість продукції тримається на високому рівні, який задає корпорація Roshen. Лідери українського ринку постійно потрапляють в ТОП-100 кондитерських компаній світу. Критерій відбору для рейтингу – річна чиста виручка від реалізації. Втрата ринків збуту в Криму, а також на території проведення АТО, закриття російського ринку та перешкоди транзиту по території Росії суттєво вплинули на стан галузі [4]. Roshen зменшила обсяги продажу і втратила позиції у світовому рейтингу (табл. 1).

Перше місце ТОП-100 2015 р. займає лідер торішнього рейтингу американська компанія Mars, продажі якої зросли до 18480 млн дол. США, кількість працівників становить 35 тис. осіб, кількість фабрик – 70 одиниць. Друге місце залишилося за Mondelez International (в Україні вона володіє Тростянецькою кондитерською фабрикою і підприємством «Чіпси Люкс» і реалізує продукцію під брендами «Корона», Milka, «Ведмедик Барні»), продажі якої декілька знизилися, у порівнянні з 2014 р., – до 14350 млн дол. США, на 171 фабриці компанії працюють 100 тис. осіб. Компанія Ferrero, яка зайняла у 2015 р. третє місце рейтингу, показник продажу – 10911 млн дол. США, кількість фабрик – 20 одиниць, персонал – майже 25 тис. осіб, посунула на четверте місце швейцарську корпорацію Nestle. У 2014 р. чистий дохід Nestle склав 10466 млн дол. США, кількість персоналу перевищила 330 тис. осіб, кількість фабрик – 447 одиниць. На п'яте місце опустилася японська компанія Meiji з чистими продажами 9818 млн дол., кількістю працівників – близько 11 тис. осіб, фабрик – 7. Американська корпорація Hershey другий рік поспіль займає в рейтингу шосте місце – чиста виручка від реалізації складає 7485 млн дол. США, налічується 16 фабрик, 15,2 тис. працівників. На сьомому місці – шоколатье Lindt&Sprüngli AG – обсяги продажу 4022 млн дол. США. Восьме місце в аргентинської фірми Arcor – 3500 млн дол. США. Perfetti Van Melle SPA на дев'ятому місці – 3297 млн дол. Десяте місце у німецької компанії Haribo GmbH&Co. – 3180 млн дол. Українська кондитерська корпорація Roshen перемістилася з 20-го місця, зайнятого у 2014 р., на 22-е з чистою виручкою від реалізації 800 млн дол. США (рис. 1).

Таблиця 1

Рейтинг в ТОП-100 крупніших світових виробників кондитерської продукції у 2014–2015 рр.

Компанія	2014 р.				2015 р.			
	Місце в рейтингу	Чиста виручка від реалізації, млн дол.	Кількість фабрик, од.	Кількість працівників, осіб	Місце в рейтингу	Чиста виручка від реалізації, млн дол.	Кількість фабрик, од.	Кількість працівників, осіб
Mars, Inc., США	1	17640	70	35000	1	18480	70	35000
Mondelez Intenational, США	2	14862	171	110000	2	14350	171	100000
Nestle SA, Швейцарія	3	11760	468	330000	4	10466	447	447
Meiji Holdings Co. Ltd, Японія	4	11742	29	14819	5	9818	7	10943
Ferrero Group, Італія	5	10900	18	21913	3	10911	20	24800
Hershey Foods Corp, США	6	7043	10	14000	6	7485	16	15200
Arcor, Аргентина	7	3700	39	20000	8	3500	39	20000
Perfetti Van Melle SPA, Нідерланди	8	3297	31	19000	9	3297	31	19000
Haribo Gmb H&Co. K. G., Німеччина	9	3180	13	6000	10	3180	15	6000
Chocoladenfabriken Lindt&Sprüngli AG, Швейцарія	10	3149	8	8100	7	4022	12	12000
Roshen Confectionery Corp., Україна	20	1021	6	10000	22	800	6	10000

Джерело: складено за [1].

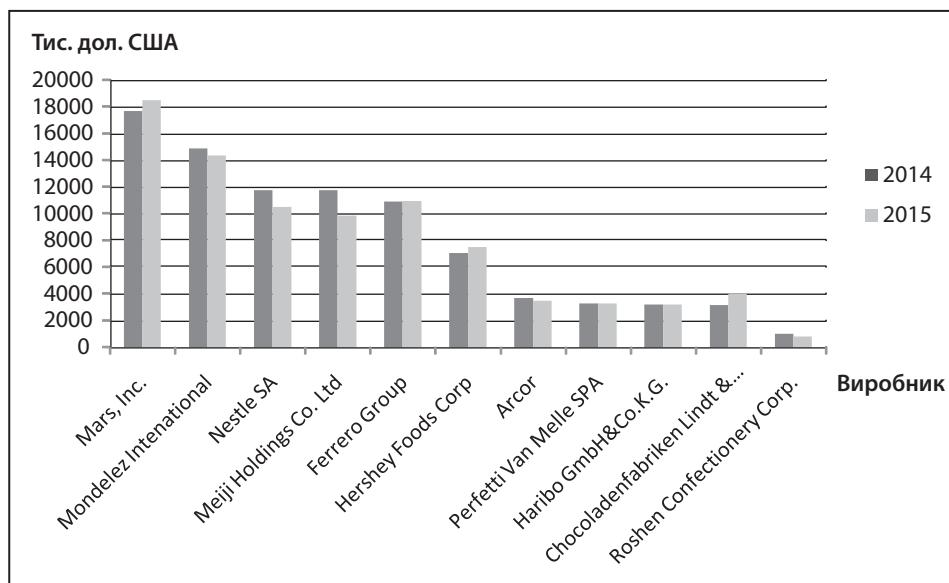


Рис. 1. Обсяги реалізації крупніших світових виробників кондитерської продукції у 2014–2015 рр., тис. дол. США

Джерело: складено за [1].

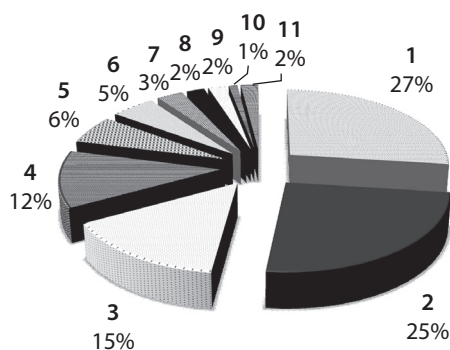
На кондитерському ринку України діють такі виробники: Кондитерська корпорація «Roshen», «Конті», «АВК», Корпорація «Бісквіт-Шоколад», Житомирська кондитерська фабрика «Житомирські Ласощі», Компанія «Nestle», ПАТ «Монделіс Україна» (до 2014 р. називалася «Крафт Фудз Україна»), ПАТ «Полтавкондитер», ПрАТ «КФ «Лагода», ПрАТ «Одесакондитер» та ін. (рис. 2).

Таблиця 2

Українські кондитерські компанії в ТОП-100 кондитерських компаній світу за підсумками 2015 р.

Місце в рейтингу	Компанія	Чиста виручка від реалізації, млн дол. США	Кількість фабрик, од.	Кількість працівників, осіб
22	Roshen	800	8	10 000
38	Конті	473	5	8097
62	АВК	269	3	2300

Джерело: складено за [1].



- | | |
|------------------------|----------------------|
| 1 – Roshen | 6 – Полтавкондитер |
| 2 – Конті | 7 – Лагода |
| 3 – АВК | 8 – Монделіс Україна |
| 4 – Бісквіт-Шоколад | 9 – Одесакондитер |
| 5 – Житомирські ласощі | 10 – Nestle |
| | 11 – Інші |

Рис. 2. Структура ринку кондитерських виробів України

Джерело: складено за [6].

Лідером на ринку кондитерської продукції є Кондитерська корпорація «Roshen». Вона існує з 1996 р. Продукція «Roshen» продається не тільки в Україні, а і в США, Канаді, ОАЕ, Китаї, Японії, Алжирі, Ізраїлі, країнах ЄС та СНД [3]. У світовому рейтингу міцно закріпилися Roshen, Конті та АВК (табл. 2).

Компанія «Конті» входить у трійку лідерів українського ринку кондитерських виробів. У 2015 р. вона ввійшла до рейтингу ТОП-100 кондитерських компаній світу і посіла 38 місце. У загальному обсязі виробництва кондитерських виробів в Україні її частка становить 14%. Щомісяця на фабриках групи виробляється 17 тис. т продукції – близько 11 тис. т в Україні і 6 тис. т у Росії. Щорічно компанія експортує майже 30% виробленої продукції. Однією з візитних карток компанії є шоколадна цукерка «Джек».

Компанія «АВК» на ринку України є лідером у категорії шоколадних цукерок. Експортує продукцію у більше, ніж 20 країн світу, серед яких Німеччина, Великобританія, Латвія та Ізраїль. У світовому рейтингу кондитерів у 2015 р. компанія посіла 59 місце. До складу АВК входять три кондитерські фабрики, розташовані в Донецьку, Дніпропетровську і Луганську [3].

Результати опитування переваг споживачів на внутрішньому ринку дещо відрізняються від уявлення про ринкову частку, але в цілому тенденція зберігається – найбільш популярними є продукти ТМ «Roshen» – 37%, «Конті» – 21%, «АВК» – 14%, «Світло» («Nestle») –

12%. При цьому, український споживач вибирає кондитерські вироби за трьома ознаками: смакові якості – 31%, репутація виробника – 30%, ціна – 26%. Найбільшу лояльність споживачі проявляють до торгових марок «Рошен» і «Корона» («Монделіс Україна»). Слід зазначити, що переважно більшість споживачів спонукає до покупки реклама в ЗМІ – 57% опитаних [9].

Кондитерські вироби в цілому є доволі популярними в Україні. Так, за рівнем споживання 7,4 кг на душу населення в рік Україна є 8-ю у світі за цим показником [8]. На сьогоднішній день український ринок кондитерських виробів нічим не відрізняється від європейського – асортимент налічує майже 1000 найменувань, і 90% його належить вітчизняній продукції. Підприємства постійно інвестують у розвиток галузі близько 200 млн дол. США щорічно. На провідних кондитерських фабриках проведено повну модернізацію виробництва, встановлено найсучасніші виробничі лінії. Значно підвищено технологічність та наукоємність виробництва. Проте рівень споживання кондитерських виробів в Україні значно нижчий, ніж у країнах ЄС, що зумовлюється низьким рівнем доходу порівняно з європейськими країнами [5].

З минулого року на вітчизняному кондитерському ринку спостерігається тенденція до зменшення обсягів реалізації продукції. У 2015 р. компанії не втрачали прибутків тільки за рахунок підвищення цін, шоколадні вироби подорожчали на третину. Якщо до кризи 2014 р. преміум-сегмент складав 21–25% прибутку, і компанії навіть відмовлялися від випуску дешевших марок на користь дорогих, то зараз ситуація змінилася. Нижча вартість зефіру, желе, мармеладу, вафельних цукерок, цукатів та ірисок зіграла на користь. Споживач шукає баланс якості та ціни та зупиняється на виборі саме таких недорогих солодоців. Знизити собівартість виробництва дуже складно, оскільки основну сировину для шоколадних цукерок складають какао-боби, а вони ростуть в Африці, у країнах з погано розвиненими технологіями. Засуха чи затяжний сезон дощів автоматично спричиняє подорожчання сировини, що, своєю чергою, призводить до підвищення цін. Деякі компанії жертвують якістю при спробі здешевити продукт, але і попит на такий товар буде меншим як тільки споживач помітить зміни на гірше, а довіру споживача повернути буде складно [4].

Економічні труднощі і війна викликали низку істотних перестановок у групі найбільших гравців українського ринку борошняних кондитерських виробів. Так, у кінці липня 2014 р. стало відомо, що виробничі потужності компанії «Конті» завантажені усього лише на 40%. «Бісквіт-Шоколад» оприлюднив інформацію про падіння випуску ним кондитерських виробів на 4% за підсумками першого півріччя 2014 р. У лютому 2014 р. компанія «Roshen» була змушена зупинити свою фабрику в Маріуполі, а у квітні 2015 р. було прийнято рішення про її остаточну ліквідацію і переміщення виробничих потужностей у Вінницьку область. Найбільше від глибокої економічної кризи і воєнних дій постраждала компанія «АВК». Ще у липні 2014 р. вона була змушена зупинити свою фабрику в Луганську. У січні 2015 р. була

зупинена Донецька фабрика «АВК». У результаті, за підсумками січня – березня 2015 р. компанія «АВК» навіть не потрапила в ТОП-20 провідних гравців українського ринку борошняних кондитерських виробів [5].

Крім того, станом на березень 2015 р. курс гривні знизився на 47,0% порівняно з курсом, зафіксованим на грудень 2014 р., – 22,98 грн за 1 дол. США проти 15,63 грн за 1 дол. США (курс на міжбанку). Девальвація за підсумками 2015 р. склала більше 50%, тому порівняно з березнем 2015 р. її сумарний рівень склав 130%. Негативний вплив на розвиток вітчизняного кондитерського ринку мало і подальше падіння купівельної спроможності населення. Так, за даними Державної служби статистики, за період січень – березень 2015 р. реальна заробітна плата в Україні скоротилася на 20,1% порівняно з відповідним періодом 2014 р. На фоні загального збідніння населення відбулося чергове підвищення цін на реалізовану продукцію на ринку.

Ще однією проблемою на шляху розвитку українського ринку кондитерських виробів є втрата великого ринку збуту у вигляді Росії. Так, за словами президента асоціації виробників кондитерських виробів «Укркондпром» Олександра Балдинюка: «Традиційним закордонним ринком збуту вітчизняних солодоців була Росія. Туди надходило близько 45% щорічного українського експорту кондитерських виробів. Після російської заборони на ввезення української кондитерської продукції у вересні 2014 року наш експорт туди впав на 67% у порівнянні з 2013» [7]. Проблеми подібного характеру виникли і з Білоруссю, обмеження доступу українських товарів на ринок Білорусі завдали збитків у розмірі 40 млн грн.

Крім того, 9 квітня 2016 р. митниця Росії повідомила про заборону транзиту українських кондитерських виробів територією РФ, що, своєю чергою, може призвести до втрат у розмірі 200 млн дол. США та 150 тис. т продукції на рік, на даний момент це складає орієнтовно 64% від усього експорту кондитерської продукції України.

Таким чином, проблеми розвитку кондитерської галузі, існуючі на сьогоднішній день, можна поділити на чотири групи: фінансові проблеми; зниження купівельної спроможності населення; проблеми, пов'язані з внутрішньою політикою держави; проблеми, пов'язані з ринками збуту (рис. 3).

Відомо, що великі кондитерські компанії, особливо транснаціональні, не можуть успішно розвиватися без експортної діяльності. Українська кондитерська промисловість вже довела свою конкурентоспроможність на внутрішньому і зовнішньому ринках: продукція цієї галузі відповідає європейським показникам якості [6].

У даних умовах вітчизняні виробники намагалися знайти нові зовнішні ринки збуту, зокрема Казахстан, Азейбарджан, Грузію, а також Латвію, Польщу, Німеччину, Естонію, і працювати на внутрішнього споживача із застосуванням інноваційних підходів (наприклад, корпорація «Бісквіт-Шоколад» ввела 18 нових асортиментних позицій, а її продажі зросли на 30% [10].

Головною перевагою українських виробників на зовнішньому ринку найчастіше є ціна на вироби. Крім



Рис. 3. Проблеми розвитку кондитерської галузі України

того, серед переваг українських виробників можна виділити якість продукції, увагу до оновлення асортименту, вивчення попиту на зовнішніх ринках та вдосконалення дизайну продукції.

Враховуючи той факт, що світова політика з кожним днем змінюється, українські компанії повинні розкриватися, ставати більш прозорими і зрозумілими для іноземного бізнесу. Щоб конкурувати на європейських ринках, треба активно вивчати ринок кондитерських виробів Європи, удосконалювати та розробляти оригінальну продукцію, впроваджувати інноваційне обладнання та поряд із цим шукати шляхи оптимізації доставки в обхід Росії.

ВИСНОВКИ

Ринок кондитерських виробів в Україні є ринком, який стрімко розвивається, причому поряд із витисненням великими компаніями менш потужних постійно з'являються нові підприємства, які створюють конкурентне середовище. Це свідчить про достатньо високу конкурентоспроможність вітчизняної кондитерської галузі та її спроможність збільшити експортні поставки на європейський ринок і витримати конкурентний тиск з боку імпорту на внутрішньому ринку.

Проте політична ситуація в країні, економічні труднощі викликають ряд проблем у кондитерській галузі, які умовно можна поділити на чотири групи: фінансові проблеми; зниження купівельної спроможності населення; проблеми, пов'язані з внутрішньою політикою держави; проблеми, пов'язані з ринками збуту. Тому слід проводити модернізацію виробництва, використовувати інноваційні технології, як це було зроблено на провідних вітчизняних кондитерських фабриках, встановлювати найсучасніші виробничі лінії, підвищувати технологічність та наукоємність виробництва за умов вдосконалення законодавчої бази України. ■

ЛІТЕРАТУРА

1. Спеціалізований сайт світового кондитерського ринку Candy Industry. URL: <http://www.candyindustry.com/globaltop100>
2. Василенко І. І. Традиційні та нетрадиційні види сиروفини у виробництві кондитерських борошняних виробів // Формування механізмів управління якістю та підвищення конкурентоспроможності підприємств: VI Міжнародна науково-практична Інтернет-конференція студентів, аспірантів та молодих вчених: тези доповідей (26 березня 2015 р.). Дніпропетровськ: Університет Альфреда Нобеля, 2015. С. 39–41.
3. Анализ украинского рынка конфет. URL: <http://koloro.ua/blog/issledovaniya/Analiz-ukrainskogo-rynka-konfet.html>
4. Демяненко К. А. Тенденції розвитку кондитерського ринку України в сучасних умовах. *Молодий вчений*. 2016. № 9 (36). С. 45–49.
5. Кондитерська промисловість України. Кондитер України. URL: <http://www.ukrkonditer.kiev.ua>
6. Огляд кондитерського ринку за 2012 рік. URL: http://rurik.com.ua/documents/research/Confect_2012_review.pdf
7. Українські кондитерські компанії скоротили експорт в РФ на дві третини. URL: <https://starservice.kiev.ua/uk/ukra%D1%97nski-konditerski-kompani%D1%97-skorotili-eksport-v-rf-na-dvi-tretini/>
8. Гірчук О., Левицька А. О. Розвиток ринку кондитерських виробів в Україні конкурентні аспекти. URL: <http://intkonf.org/girchuk-o-levitska-a-o-rozvitok-rinku-konditerskih-virobiv-v-ukrayini-konkurentni-aspekti/>
9. Заїнчковський А. О., Сичевський М. П. Стан і перспективи розвитку підприємств харчової переробної промисловості України. *Вісник соціально-економічних досліджень*. 2011. № 2. С. 22–26.
10. Рынок кондитерских изделий Украины: обзор 2015 года. URL: <http://marketing.rbc.ua/news/23.12.2015/7961>

REFERENCES

- "Analiz ukrainskogo rynku konfet" [Analysis of the Ukrainian market of sweets]. <http://koloro.ua/blog/issledovaniya/Analiz-ukrainskogo-rynka-konfet.html>
- Demianenko, K. A. "Tendentsii rozvytku kondyterskoho rynku Ukrainy v suchasnykh umovakh" [Development trends in the confectionery market of Ukraine in modern conditions]. *Molodyi vchenyi*, no. 9(36) (2016): 45-49.
- Hirchuk, O., and Levytska, A. O. "Rozvytok rynku kondyterskykh vyrobiv v Ukraini konkurentni aspekty" [The development of the confectionery market in Ukraine, the competitive aspects]. <http://intkonf.org/girchuk-o-levitska-a-o-rozvitok-rinku-konditerskih-virobiv-v-ukrayini-konkurentni-aspekti/>
- "Kondyterska promyslovisht Ukrainy. Kondyter Ukrainy" [Confectionery industry of Ukraine. Confectioner Of Ukraine]. <http://www.ukrkonditer.kiev.ua>
- "Ohliad kondyterskoho rynku za 2012 rik" [An overview of the confectionery market in 2012]. http://rurik.com.ua/documents/research/Confect_2012_review.pdf
- "Rynok konditerskikh izdeliy Ukrainy: obzor 2015 goda" [The confectionery market of Ukraine: review 2015]. <http://marketing.rbc.ua/news/23.12.2015/7961>
- Spetsializovanyi sait svitovoho kondyterskoho rynku Candy Industry. <http://www.candyindustry.com/globaltop100>
- "Ukrainski kondyterski kompanii skorotyly eksport v RF na dvi tretyni" [Ukrainian confectionery companies have reduced exports to Russia by two-thirds]. <https://starservice.kiev.ua/uk/ukra%D1%97nski-konditerski-kompani%D1%97-skorotili-eksport-v-rf-na-dvi-tretini/>

Vasylenko, I. I. "Tradytsiini ta netradytsiini vydy syrovyny u vyrobnytstvi kondyterskykh boroshnianykh vyrobiv" [Traditional and non-traditional types of raw materials in the production of flour confectionery products]. *Formuvannia mekhanizmiv upravlinnia iak-istiu ta pidvyshchennia konkurentospromozhnosti pidpriemstv*. Dni-propetrovsk: Universytet Alfreda Nobelia, 2015. 39-41.

Zainchkovskyi, A. O., and Sychevskyi, M. P. "Stan i perspektyvy rozvytku pidpriemstv kharchovoi pererobnoi promyslovosti Ukrainy" [The state and prospects of development of the food processing industry of Ukraine]. *Visnyk sotsialno-ekonomichnykh doslidzhen*, no. 2 (2011): 22-26.

УДК 658.8:640.432

ОЦІНКА МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

© 2016 ЖЕГУС О. В., МИХАЙЛОВА М. В., АФАНАСЬЄВА О. П.

УДК 658.8:640.432

Жегус О. В., Михайлова М. В., Афанасьєва О. П. Оцінка маркетингової діяльності підприємств ресторанного господарства

Ураховуючи необхідність кількісної оцінки маркетингової діяльності підприємств ресторанного господарства, розроблено науково-методичний підхід, який ґрунтується на використанні запропонованої системи бальної оцінки параметрів діяльності цих підприємств. Практичне використання розробленого методичного підходу дозволило виявити, що в більшості з досліджуваних підприємств ресторанного господарства м. Харків маркетингова діяльність знаходиться на середньому рівні, і лише у 28% економічних суб'єктів ресторанного бізнесу (серед яких переважають ресторани) вона була достатньо високою. За результатами кореляційного аналізу доведено залежність результатів діяльності підприємства ресторанного господарства від рівня його маркетингової діяльності, при цьому прямий сильний вплив чинить товарна й комунікаційна політика та значний вплив – організаційні чинники, збутова й комунікаційна політика, а також персонал й рівень обслуговування.

Ключові слова: маркетинг, маркетингова діяльність, ресторанне господарство, послуга ресторанного господарства.

Рис.: 2. **Табл.:** 2. **Формул.:** 3. **Бібл.:** 9.

Жегус Олена Валентинівна – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри маркетингу і комерційної діяльності, Харківський державний університет харчування та торгівлі (вул. Клочківська, 333, Харків, 61051, Україна)

E-mail: Marija3103@rambler.ru

Михайлова Марія Володимирівна – кандидат економічних наук, доцент кафедри маркетингу і комерційної діяльності, Харківський державний університет харчування та торгівлі (вул. Клочківська, 333, Харків, 61051, Україна)

E-mail: Marija3103@rambler.ru

Афанасьєва Оксана Пилипівна – кандидат економічних наук, доцент кафедри маркетингу і комерційної діяльності, Харківський державний університет харчування та торгівлі (вул. Клочківська, 333, Харків, 61051, Україна)

E-mail: oksanaafanasieva2014@gmail.ru

УДК 658.8:640.432

Жегус Е. В., Михайлова М. В., Афанасьєва О. Ф. Оценки маркетинговой деятельности предприятий ресторанного бизнеса

Учитывая необходимость количественной оценки маркетинговой деятельности предприятий ресторанного бизнеса, разработан научно-методический подход, который основан на использовании предложенной системы балльной оценки параметров деятельности данных предприятий. Практическое использование разработанного методического подхода позволило определить, что у большинства из исследуемых предприятий ресторанного бизнеса г. Харькова маркетинговая деятельность находилась на среднем уровне, и только у 28% экономических субъектов ресторанного бизнеса (среди которых преобладают рестораны) она была достаточно высокой. По результатам корреляционного анализа доказана зависимость результатов деятельности предприятия ресторанного бизнеса от уровня его маркетинговой деятельности, при этом прямое сильное влияние оказывает товарная и коммуникационная политика и значительное влияние – организационные факторы, сбытовая и коммуникационная политика, а также персонал и уровень обслуживания.

Ключевые слова: маркетинг, маркетинговая деятельность, ресторанный бизнес, услуга ресторанного бизнеса.

Рис.: 2. **Табл.:** 2. **Формул.:** 3. **Библ.:** 9.

Жегус Елена Валентиновна – кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры маркетинга и коммерческой деятельности, Харьковский государственный университет питания и торговли (ул. Клочковская, 333, Харьков, 61051, Украина)

E-mail: Marija3103@rambler.ru

Михайлова Мария Владимировна – кандидат экономических наук, доцент кафедры маркетинга и коммерческой деятельности, Харьковский государственный университет питания и торговли (ул. Клочковская, 333, Харьков, 61051, Украина)

E-mail: Marija3103@rambler.ru

Афанасьєва Оксана Филипповна – кандидат экономических наук, доцент кафедры маркетинга и коммерческой деятельности, Харьковский государственный университет питания и торговли (ул. Клочковская, 333, Харьков, 61051, Украина)

E-mail: oksanaafanasieva2014@gmail.ru

UDC 658.8:640.432

Zhegus O. V., Mykhailova M. V., Afanasieva O. P. Evaluating the Marketing Activities of the Restaurant Business Enterprises

Bearing in mind the necessity to quantify the marketing activities of the restaurant business enterprises, a scientific-methodical approach has been developed, which is based on use of the proposed scoring system for evaluating parameters of the performance data of these enterprises. The practical use of the developed methodical approach has provided to determine that for the most of the studied restaurant business enterprises of city of Kharkov their marketing activity is of average level, and only for 28% of the economic entities of the restaurant business (dominated by restaurants) this activity is fairly high. According to the results of a correlation analysis, the dependency of results of activity of a restaurant business enterprise on the level of its marketing activities has been proved, while direct strong impact is caused by the commodity and communication policy and significant impact is caused by the organizational factors, marketing and communication policy, as well as staff and level of service.

Keywords: marketing, marketing activity, restaurant business, service of restaurant business.

Fig.: 2. **Tbl.:** 2. **Formulae:** 3. **Bibl.:** 9.

Zhegus Olena V. – PhD (Economics), Associate Professor, Associate Professor of the Department of Marketing and Commercial Activities, Kharkiv State University of Food Technology and Trade (333 Klochkivska Str., Kharkiv, 61051, Ukraine)

E-mail: Marija3103@rambler.ru

Mykhailova Mariia V. – PhD (Economics), Associate Professor of the Department of marketing and business, Kharkiv State University of Food Technology and Trade (333 Klochkivska Str., Kharkiv, 61051, Ukraine)

E-mail: Marija3103@rambler.ru

Afanasieva Oksana P. – PhD (Economics), Associate Professor of the Department of Marketing and Commercial Activities, Kharkiv State University of Food Technology and Trade (333 Klochkivska Str., Kharkiv, 61051, Ukraine)

E-mail: oksanaafanasieva2014@gmail.ru