

УДК 658.821

І. Ю. Єпіфанова,  
к. е. н., доцент, доцент кафедри фінансів,  
Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця  
М. О. Гайдей,  
магістрант, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця

# НАПРЯМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ КОНДИТЕРСЬКОЇ ГАЛУЗІ В УКРАЇНІ

I. Yepifanova,  
PhD (Economics), Associate Professor, Vinnitsa National Technical University, Vinnitsa  
M. Haidei,  
Undergraduate, Vinnitsa National Technical University, Vinnitsa

## THE DIRECTIONS OF PROVIDING THE COMPETITIVENESS OF THE ENTERPRISES OF CONFECTIONERY BRANCH IN UKRAINE

**У роботі визначено сутність конкурентоспроможності. Проаналізовано сучасний конкурентний стан кондитерського ринку України, визначено його особливості. Виявлено, що український ринок кондитерських виробів завершив етап свого формування і знаходиться в стані жорсткої конкурентної протидії. Утримання і заохочення нових споживачів можливе за рахунок новинки продукції та пошуку нових ринків збуту (переважно за рахунок експорту).**

**Визначено фактори, які впливають на конкурентне середовище. Виявлено, що фактори впливу на підприємства кондитерської галузі необхідно розглядати в розрізі впливу трьох чинників: конкурентів, споживачів, постачальників. Розроблено пропозиції щодо підвищення конкурентоспроможності підприємств кондитерської галузі України. Україна на світовому кондитерському ринку займає значні позиції, має розгалужену товарну та географічну структуру зовнішньої торгівлі, в якій експорт перевищує імпорт.**

**In work the essence of competitiveness is defined. The current competitive state of the confectionery market of Ukraine is analyzed, its features are defined. It is revealed that the Ukrainian market of confectionery finished a stage of the formation and there are in state rigid competitive counteractions. Contents and encouragement of new consumers probably it can find at the expense of novelties of production and search of new sales markets (generally due to export).**

**The factors influencing the competitive environment are defined. It is revealed that the factors influencing the enterprises of confectionery branch need to be considered in a section of influence of three factors: competitors, consumers, suppliers. Offers about increasing competitiveness of the enterprises of confectionery branch of Ukraine are developed. Ukraine in the world confectionery market takes considerable positions, has branched commodity and geographical structure of foreign trade in which export exceeds import.**

*Ключові слова: конкурентоспроможність, кондитерська галузь, збутова діяльність підприємства.  
Key words: competitiveness, confectionery branch, marketing activity of the enterprise.*

### ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Нестабільність сучасної економічної ситуації в Україні та мінливість кон'юнктури ринку обумовила виник-

нення певних проблем пов'язаних з визначенням пріоритетних напрямків розвитку підприємств кондитерської галузі та зміцненням їх конкурентних позицій. Та-

кож ситуація ускладнюється зміною значної кількості економічних параметрів, що викликано впливом факторів соціально-економічного характеру на усї сфери діяльності підприємств, що в свою чергу призводить до зниження їхнього рівня конкурентоспроможності. Для виходу з цієї ситуації підприємствам кондитерської галузі слід звернути увагу на підвищення рівня конкурентоспроможності.

## АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Аналізом розвитку кондитерської галузі займалися такі науковці як І.В. Тюха, Н.В. Кравчук, О.В. Шестак, Д.О. Стрельникова тощо. Питанням, пов'язаним із сутністю конкурентоспроможності, конкурентних стратегій та їх удосконалення в умовах кризи присвячено праці А.П. Градова, Г.Б. Клейнера, І. Ансоффа, Г. Мінцберга, А.А. Томпсона і Дж. Стрікланда, І.П. Булеєва, А.С. Гальчинського, М. Портера, С.І. Ожегова, А.М. Гельвановського, Сиваченка та інших.

## ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ

Метою дослідження є формування пропозицій із забезпечення конкурентоспроможності підприємств кондитерської галузі України.

## ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ ДОСЛІДЖЕННЯ

Однією з найхарактерніших ознак сучасного розвитку світової економіки є глобалізація, яка призвела до появи нової форми конкуренції, що стала наслідком виходу за межі окремої країни, виробництва, формуючи всесвітню глобальну систему конкурентних відносин, яка вимагає відповідного управління. Для забезпечення стійкого розвитку підприємства необхідно забезпечити стійке економічне зростання, яке є здатністю господарюючого суб'єкта нарощувати обсяги виробництва і реалізації продукції за умови підвищення ефективності використання наявних ресурсів і зменшення ступеня впливу зовнішніх факторів на умови і параметри діяльності з дотриманням принципів ефективності діяльності [1].

Глобальні зміни, які відбуваються у світовій економіці, спричинені в першу чергу ресурсними обмеженнями економічного росту та є закономірним етапом еволюційного процесу. Отже, досить важливим питанням є забезпечення питання конкурентоспроможності.

Поняття конкурентоспроможності містить у собі великий комплекс економічних, правових та інших характеристик, що визначають положення підприємства на галузевому, регіональному або світовому ринку; цей комплекс може включати характеристики товару, обумовлені сферою виробництва, а також фактори, що формують у цілому економічні умови виробництва і збуту продукції [2].

У літературі існують різні підходи до визначення змісту конкурентоспроможності.

Конкурентоспроможність підприємства — це:

— рівень його компетенції відносно інших підприємств-конкурентів у нагромадженні та використанні виробничого потенціалу певної спрямованості та його окремих складових, що знаходить вираження в таких

результуючих показниках, як якість продукції, прибутковість, продуктивність тощо [3];

— можливість здійснення ефективної господарської діяльності й прибуткової її реалізації в умовах конкурентного ринку [4];

— інтегральна властивість суб'єкта ринкових відносин, яка відображає його здатність формувати та утримувати конкурентні переваги через нарощування та покращення внутрішніх потенціалів в умовах певного конкурентного ринку у конкретний момент часу [5].

Важливим елементом системи забезпечення належного рівня конкурентоспроможності підприємства, ефективного ведення його господарської діяльності як на внутрішньому (національному), так і на зовнішніх ринках є її оцінка. У процесі оцінювання конкурентоспроможності підприємства виявляються сильні і слабкі сторони його діяльності, можливості та потенційні загрози, що в підсумку дає можливість ефективно планувати та розвивати діяльність на основі конкурентних переваг.

Конкурентне середовище виробничого підприємства складається з багатьох факторів, але найбільш важкими вважаємо фактори формування інтенсивності конкуренції в галузі, а саме:

1. Вплив конкурентів, який формується за рахунок таких показників як: кількість, бар'єри виходу з ринку в разі невдачі, рівність сил учасників, розмір більшості учасників, однорідність потреб споживачів [6].

2. Вплив споживача, який можна розглядати як сукупність кількості споживачів, обсягу їх фінансового потенціалу та можливого обсягу формування попиту на продукт, організованість (консолідація) споживачів, обсяг закупок, складність переходу до конкурентів, чутливість споживача до змін зовнішнього середовища, рівень потреби в продукті.

3. Вплив постачальників визначається типом ринку та формує силу позиціонування постачальника за такими факторами як: кількість постачальників, фінансовий та управлінський потенціал постачальників, ступінь консолідації, стратегічна важливість продукції, що виробляється, обсяг можливих втрат при зміні постачальника [7].

Основними умовами забезпечення конкурентоспроможності є [8]:

— застосування наукових підходів до стратегічного менеджменту;

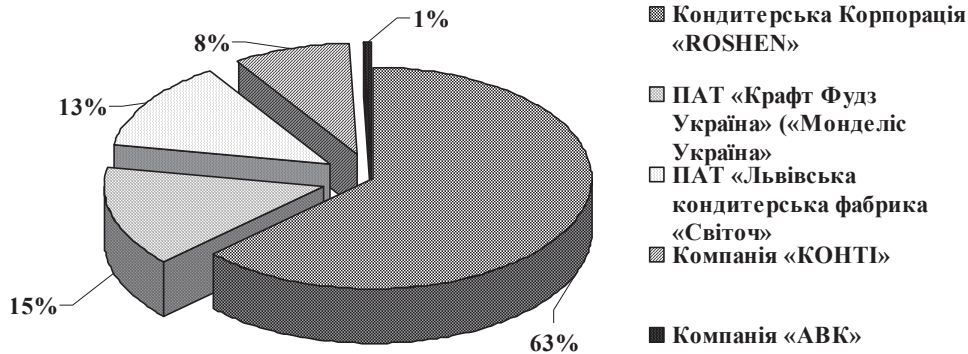
— забезпечення єдності розвитку техніки, технології, економіки, управління;

— застосування сучасних методів дослідження й розробок (ФСА, програмно-цільове планування, теорія прийняття рішень і т.д.);

— розгляд взаємозв'язків функцій управління будь-яким процесом на всіх стадіях життєвого циклу об'єкта;

— формування системи заходів із забезпечення конкурентоспроможності різних об'єктів.

З метою досягнення економічного зростання досить важливим є оцінювання та моніторинг рівня конкурентоспроможності вітчизняних підприємств. Зважаючи на те, що Україна в першу чергу є аграрною країною та має розвинену харчову промисловість, важливим завданням є забезпечення належного рівня конкурентоспроможності підприємств, що сприятиме покращенню експортно-імпоротної політики.



**Рис. 1. Структура ринку кондитерських виробів України за основними виробниками в 2015 році**

Джерело: складено за даними [10].

Одним з найбільших секторів харчової промисловості є сучасний кондитерський ринок України. До недавнього часу ринок інтенсивно розвивався, проте 2013—2015 рр. ознаменувались для кондитерської галузі тенденцією до падіння основних показників та входженням у затяжні кризові процеси [9]. За підсумками 2014 року виробництво кондитерських виробів зменшилося на 21% порівняно з 2013 р. а обсяг експорту зменшився на 58%. Таке ж саме скорочення експорту кондитерської продукції спостерігалось і в 2015 році [10]. Основними причинами скорочення обсягів виробництва кондитерських виробів в минулому році стали соціально-економічні та політичні диспропорції у Донецькій та Луганській обл., у яких у попередніх роках вироблялось до 180 тис. т. кондитерської продукції, що становило близько 18% від загального обсягу виробництва в Україні, а також заборона Росії

імпорту українських кондвиробів. За підсумками 2014 року обсяги виробництва в Донецькій і Луганських областях скоротилися в 3 рази, а на сьогодні виробництво кондитерських виробів на частині цієї території не проводиться.

У середині 2005 р. кількість виробників на кондитерському ринку України не перевищувала 500, в останній період загальне число підприємств галузі вийшло на показник 800 і варіюється близько цього значення.

Рентабельність продукції таких виробників може сягати 150%, але через невеликі обсяги виробництва істотного впливу на ринок вони не мають, працюючи з однією — двома торговельними точками і не виходячи поза межі свого регіону.

На українському ринку кондитерських товарів діють декілька великих світових концернів — американські

**Таблиця 1. Вартість експорту какао та какао-продуктів з України за останні 5 років, тис. дол.**

| Країни в які імпортується продукт | Вартість експорту в 2011 році, тис. дол. | Вартість експорту в 2012 році, тис. дол. | Вартість експорту в 2013 році, тис. дол. | Вартість експорту в 2014 році, тис. дол. | Вартість експорту в 2015 році, тис. дол. |
|-----------------------------------|--|--|--|--|--|
| <b>Всього по світу</b>            | <b>675721</b>                            | <b>662339</b>                            | <b>556813</b>                            | <b>322951</b>                            | <b>187262</b>                            |
| Казахстан                         | 50194                                    | 11151                                    | 12776                                    | 18736                                    | 29131                                    |
| Росія                             | 426981                                   | 441665                                   | 336576                                   | 122135                                   | 28326                                    |
| Грузія                            | 16538                                    | 16649                                    | 19754                                    | 17368                                    | 13590                                    |
| Білорусь                          | 23402                                    | 39007                                    | 40078                                    | 28574                                    | 13380                                    |
| Азербайджан                       | 27525                                    | 26082                                    | 24358                                    | 20694                                    | 12202                                    |
| Молдова                           | 20835                                    | 18909                                    | 18942                                    | 14744                                    | 8470                                     |
| Киргистан                         | 20387                                    | 19309                                    | 16697                                    | 13391                                    | 7795                                     |
| Туркменістан                      | 19513                                    | 17448                                    | 16022                                    | 14502                                    | 7265                                     |
| Монголія                          | 12792                                    | 11822                                    | 11434                                    | 10115                                    | 6865                                     |
| Арменія                           | 8958                                     | 9665                                     | 10228                                    | 8091                                     | 6661                                     |
| Таджикистан                       | 13049                                    | 11239                                    | 11641                                    | 9694                                     | 6500                                     |
| Литва                             | 11771                                    | 13371                                    | 10384                                    | 11729                                    | 5395                                     |
| Латвія                            | 3573                                     | 4424                                     | 4474                                     | 6636                                     | 5164                                     |
| Ірак                              | 147                                      | 1043                                     | 1088                                     | 1844                                     | 4213                                     |
| Алжир                             | 0  | 0  | 0  | 258                                      | 4073                                     |
| Китай                             | 191                                      | 1094                                     | 1710                                     | 2255                                     | 3364                                     |
| Румунія                           | 75                                       | 261                                      | 552                                      | 1328                                     | 2945                                     |
| США                               | 2213                                     | 2451                                     | 3039                                     | 2564                                     | 2538                                     |
| Ізраїль                           | 3165                                     | 3035                                     | 3122                                     | 3079                                     | 2322                                     |
| Польща                            | 97                                       | 1  | 43                                       | 1880                                     | 2158                                     |
| Узбекистан                        | 3036                                     | 3569                                     | 5051                                     | 3894                                     | 1867                                     |
| Угорщина                          | 1  | 5  | 66                                       | 364                                      | 1283                                     |
| Болгарія                          | 67                                       | 99                                       | 37                                       | 52                                       | 1108                                     |
| Німеччина                         | 2176                                     | 1456                                     | 1787                                     | 1877                                     | 924                                      |
| Фінляндія                         | 2085                                     | 1964                                     | 1419                                     | 1073                                     | 902                                      |
| Інші країни                       | 6950                                     | 6620                                     | 5535                                     | 6074                                     | 8821                                     |

Таблиця 2. Експорт різновидів какао та какао-продуктів з України

| Назва продукту   | Вартість експорту в 2011 році, тис. дол. | Вартість експорту в 2012 році, тис. дол. | Вартість експорту в 2013 році, тис. дол. | Вартість експорту в 2014 році, тис. дол. | Вартість експорту в 2015 році, тис. дол. |
|--|--|--|--|--|--|
| Шоколад та інші готові харчові продукти з вмістом какао                        | 639391                                   | 633153                                   | 526610                                   | 288727                                   | 158756                                   |
| Какао-паста (обезжирена та необезжирена)                                       | 35624                                    | 28603                                    | 29871                                    | 33824                                    | 27870                                    |
| Какао-масло  | 5  | 157                                      | 19                                       | 17                                       | 360                                      |
| Какао-порошки, що не містять добавки цукру або інших підсолоджувальних речовин | 700                                      | 426                                      | 313                                      | 383                                      | 277                                      |

Джерело: складено за даними [10].

Western NIS Enterprise Fund (концерн "А.В.К."), "Kraft Foods" (ПАТ "Крафт Фудз Україна" — тростянецька кондитерська фабрика "Україна" з торговою маркою "Корона") і Sigma Bleizer (ПАТ "Полтавакондитер"); швейцарська Nestle (ПАТ Львівська кондитерська фірма "Світоч"), Trilini International (ПАТ кондитерська фабрика "Харків'янка"). Інші фабрики і компанії в більшості належать колективам підприємств і українським інвесторам. Це такі відомі підприємства і фірми, як кондитерська корпорація "Рошен", ПАТ ВО "Конті", концерн "Топ-транс" ("Черкаська бісквітна фабрика" з торговою маркою "Світ Ласоців"). Далі до дюжини найкрупніших виробників кондитерської продукції входять: "Запорізький регіональний банк" ("Запорізька кондитерська фабрика"), "Екотехніка" ("Рівненська кондитерська фабрика"), російсько-український "Континіум Траст Компані" ("Луцька кондитерська фабрика" і Чернівецька кондитерська фабрика "Буковинка") [11].

Станом на початок 2015 р. близько 90% продукції кондитерської галузі в натуральному вираженні забезпечувалося трьома українськими виробниками — корпорацією "Рошен" з часткою ринку 63%, компанією ПАТ "Крафт Фудз Україна" ("Монделіс Україна") з часткою ринку 15% і ПАТ "Львівська кондитерська фірма "Світоч" з часткою ринку 13%. Інші виробники значно відстають від лідерів: наприклад, на четвертій і п'ятій позиціях знаходяться Компанія "АВК" і "Конті".

Внаслідок нестабільного курсу гривні відносно іноземних валют відбувається подорожчання кондитерських виробів через зростання цін на сировину, енергоресурси та транспортні витрати. Тому підтримка конкурентоспроможності та фінансової стійкості, а також розвиток виробничо-господарської діяльності підприємства і недопущення кризових ситуацій є тими напрямками, які необхідно удосконалювати та запроваджувати стратегічне управління де вихідним елементом є формування або удосконалення конкурентної стратегії [11].

Загалом основними країнами експортерами кондитерської продукції для України є країни колишнього Радянського союзу та ближнього зарубіжжя, зокрема Казахстан, Російська Федерація, Грузія, Білорусь та Азербайджан. Разом з тим, впродовж останніх років змінилась структурне співвідношення основних країн-експортерів: якщо в 2014 році найбільшою країною-експортером для України була Російська Федерація з обсягом експорту 122135 тис. дол., то вже в 2016 найбільшим експортером був Казахстан з обсягом всього 29132 тис. дол.

Більш детальні дані щодо 25 основних країн-експортерів кондитерської продукції представлені у таблиці 1.

Як можна побачити з таблиці 1, починаючи з 2012 році обсяги експорту кондитерських виробів з України невинно скорочувались, що негативно впливало на загальне імпортно-експортне сальдо країни.

Також доцільним є аналіз не лише країн-експортерів, а й продукції яка експортується. Як можна побачити з таблиці 2, найбільше експортується шоколаду та інших готових харчових продуктів з вмістом какао. У 2015 році експорт цього виду кондитерського продукції був суму 158756 тис. дол. у той час як в 2014 році така продукція експортувалась на суму 288727 тис. дол., тобто відбулось зменшення на близько 55%. Аналогічна ситуація спостерігається і з іншими видами какао-продуктів, окрім какао-масла, експорт якого в 2015 році склав 360 тис. дол., порівняно з 2014 року, де сума була всього 17 тис. дол.

Виходячи з наведених даних, можна резюмувати, що пріоритетним напрямком розвитку для кондитерської галузі є збільшення обсягів збуту своєї продукції на зовнішніх ринках, а саме варто зробити акцент на країнах західної Європи, оскільки основна частина продукції експортується в країни ближнього зарубіжжя та до пострадянських країн. Оскільки вихід на нові ринки та збільшення обсягів збуту на вже існуючих ринках потребує високого рівня конкурентоспроможності підприємств, то буде доцільним розроблення системи заходів для підвищення конкурентоспроможності та ринкової стійкості підприємств кондитерської галузі.

Важливою проблемою розвитку кондитерської промисловості України є фінансова перевага великих корпорацій, які перманентно впроваджують нові продуктивні лінії, будують нові фабрики, придбають не лише найсучасніше закордонне обладнання, проте й відкривають фабрики за кордоном, чим створюють значні конкурентні переваги у кондитерській галузі та жорсткі умови конкуренції в галузі.

Разом з тим, підприємствам варто звертати увагу не лише на модернізацію заводів, проте й на продукцію, зокрема в частині зниження рівня собівартості кондитерських виробів в частині зниження енергетич-

них витрат, покращення дизайну та упаковки кондитерських виробів, зменшення величини ненатуральних домішок. На сьогодні питання якості є досить актуальним та важливим, зокрема у харчовій промисловості.

## ВИСНОВКИ ТА ПОДАЛЬШІ ДОСЛІДЖЕННЯ

Отже, кондитерська галузь в Україні є однією з галузей, яка має найшвидше зростання, яке досягається за рахунок розширення внутрішнього попиту та забезпеченості країни основною сировиною. Особливістю цієї галузі є повна орієнтація виробництва на кінцевого споживача. На даний момент відбувається зменшення експорту кондитерських виробів, що негативно відбивається на зовнішньо-торговельному сальдо України. Тому пріоритетним є збільшення експорту кондитерської галузі в країні ближнього зарубіжжя та вихід на нові ринки збуту.

Зовнішні фактори формування конкурентного середовища для підприємств кондитерської галузі такі, як вплив конкурентів, вплив споживача та вплив постачальників має суттєвий та першочерговий вплив на вибір та розробку конкурентної стратегії підприємств.

### Література:

1. Зянько В.В. Інноваційна діяльність підприємств та її фінансове забезпечення в умовах транзитивних змін економіки України: монографія / Зянько В.В., Єпіфанова І.Ю., Зянько В.В. — Вінниця: УНІВЕРСУМ — Вінниця, 2014. — 172 с.
2. Конкурентоспроможність підприємства: оцінка рівня та напрями підвищення: монографія / За заг. ред. О.Г. Янкового. — Одеса: Атлант, 2013. — 470 с.
3. Балабанова Л.В. Управління конкурентоспроможністю підприємств на основі маркетингу: монографія [Текст] / Л.В. Балабанова, А.В. Кривенко. — Донецьк: Дон ГУЕТ ім. Туган-Барановського, 2004. — 147 с.
4. Костюк Л.А. Теоретичні та методичні засади оцінки конкурентоспроможності / Л.А. Костюк // Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету. Економічні науки. — 2012. — Вип. 2. — С. 22—30.
5. Жилінська О.І. Теоретичні аспекти оцінювання конкурентоспроможності підприємства на засадах бенчмаркінгу / О.І. Жилінська, В.Є. Волошина // Бізнес Інформ. — 2012. — № 10. — С. 96—101.
6. Porter M.E. Competitive strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors. — New York: The Free Press, 1980. — P. 383—387.
7. Головин І.В. Разработка конкурентных стратегий. — М.: ООО "Маркет ДС Корпорейшн", 2004. — 128с.
8. Красовська О.Ю. Маркетингова діяльність в системі формування конкурентоспроможності підприємства [Електронний ресурс] / О.Ю. Красовська, М.Г. Галушка. — Режим доступу: [http://www.rusnauka.com/20\\_AND\\_2014/Economics/6\\_173344.doc.htm](http://www.rusnauka.com/20_AND_2014/Economics/6_173344.doc.htm)
9. Обзор рынка кондитерских изделий Украины [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://pro-consulting.com.ua/analiz/pitanie/kond/index1.html>

10. Офіційний сайт Державного комітета статистики України [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.

11. Насов А.О. Напрями удосконалення конкурентних стратегій підприємств кондитерської галузі України [Електронний ресурс] / А.О. Насов, О.П. Ковтиш // Актуальні проблеми економіки та управління: збірник наукових праць молодих вчених. — 2015. — № 9. — Режим доступу: <http://ape.fmm.kpi.ua/article/view/41657/43213>

### References:

1. Zian'ko, V.V. Yepifanova, I.Yu. and Zian'ko, V.V. (2014), *Innovatsijna diial'nist' pidpriemstv ta ii finansove zabezpechennia v umovakh tranzytivnykh zmin ekonomiky Ukrainy* [Innovative activity of the enterprises and its financial security in the conditions of transitive changes of economy of Ukraine], UNIVERSUM, Vinnytsia, Ukraine.
  2. Yankovyj, O.H. (2013), *Konkurentospromozhnist' pidpriemstva : otsinka rivnia ta napriamy pidvyschennia* [Competitiveness of the enterprise: assessment of level and direction of increase], Atlant, Odessa, Ukraine.
  3. Balabanova, L.V. and Kryvenko, A.V. (2004), *Upravlinnia konkurentospromozhnistiu pidpriemstv na osnovi marketynhu* [Management of competitiveness of the enterprises on the basis of marketing], Don HUET im. Tuhan-Baranovs'koho, Donetsk, Ukraine.
  4. Kostiuk, L.A. (2012), "Teoretychni ta metodychni zasady otsinky konkurentospromozhnosti", *Zbirnyk naukovykh prats' Tavrijs'koho derzhavnoho ahrotekhnolohichnoho universytetu, Ekonomichni nauky*, vol. 2, pp. 22—30.
  5. Zhylyns'ka, O.I. and Voloshyna, V.Ye. (2012), "Teoretychni aspekty otsiniuvannia konkurentospromozhnosti pidpriemstva na zasadakh benchmarkingu", *Biznes Inform*, vol. 10, pp. 96—101.
  6. Porter, M.E. (1980), *Competitive strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*, The Free Press, New York, USA.
  7. Golovin, I.V. (2004), *Razrabotka konkurentnykh strategij* [Development of competitive strategies], Market DS Korporejshn, Moscow, Russia.
  8. Krasovs'ka, O.Yu. and Halushka, M.H. (2014), "Marketing activities in the system of enterprise competitiveness", available at: [http://www.rusnauka.com/20\\_AND\\_2014/Economics/6\\_173344.doc.htm](http://www.rusnauka.com/20_AND_2014/Economics/6_173344.doc.htm) (Accessed 29 Nov 2016).
  9. Digital database Market Research (2016), "Overview of the market of confectionery products in Ukraine", [Online], available at: <http://pro-consulting.com.ua/analiz/pitanie/kond/index1.html> (Accessed 29 Nov 2016).
  10. State Statistics Service of Ukraine (2016), available at: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (Accessed 29 Nov 2016).
  11. Nasov, A.O. and Kovtysh, O.P. (2013), "Areas of improvement of the competitive strategies of confectionery industry in Ukraine", *Aktual'ni problemy ekonomiky ta upravlinnia : zbirnyk naukovykh prats' molodykh vchenykh*, vol. 9, available at: <http://ape.fmm.kpi.ua/article/view/41657/43213> (Accessed 29 Nov 2016).
- Стаття надійшла до редакції 03.12.2016 р.*