

ОСОБЛИВОСТІ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ КОНДИТЕРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

Гуляєв В.В.

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут», м. Харків*

Кондитерський ринок є одним з найпривабливіших, а кондитерські вироби є традиційно популярними в Україні. Проте в останні роки через економічну ситуацію українці змушені економити на солодощах. Спостерігається тенденція переорієнтування на більш дешеву продукцію.

Негативний вплив на кондитерський ринок спричинила девальвація гривні та падіння купівельної спроможності населення. В першому півріччі 2016 року виробництво шоколадних виробів знизилося на 9,1% - до 81,3 тис. тонн в порівнянні з 2015 роком. Кондитерських виробів з цукру було вироблено 104 тис. тони (зниження на 4,1%), печива і вафель - 133 тис. тонн (мінус 3,7%).[1] Аналіз стану кондитерського ринку в Україні свідчить, що основним джерелом формування пропозиції на ринку є вітчизняне виробництво, його продукція становить близько 95% в загальному обсязі. Кондитерський ринок України фактично поділений між такими крупними виробниками, як кондитерська корпорація «Roshen», компанії «Конті», «АВК», «Nestle», корпорація «Бісквіт-Шоколад», ПрАТ «Монделіс Україна».

Основою успішного функціонування кондитерського підприємства на висококонкурентному та насиченому ринку є добре налагоджена маркетингова діяльність. Кондитерське підприємство має зосереджувати увагу на товарній диференціації. Важливу роль відіграє саме якість товару, як один із критеріїв товарної диференціації, та створення бранда солодощів. Правильне позиціонування і впізнаваність брендів має забезпечуватися за допомогою комплексу маркетингових комунікацій. Важливе місце в маркетинговій діяльності кондитерських підприємств займає також формування ефективних каналів розподілу, що забезпечують інтенсивний збут продукції.

На кондитерському ринку існує сезонність продажів. Так новорічні свята, 8 Березня супроводжуються сплеском продажів. Варто зазначити, що сезонні коливання попиту на кондитерську продукцію посилюють вплив фактора упаковки товару на обсяги продажів. Існує специфічна група товарів кондитерської промисловості, реалізація якої прямо залежить від упаковки. Це, наприклад, подарункові набори кондитерських виробів до свят.

Найважливішими проблемами розвитку кондитерського підприємства є: завоювання стійких позицій на ринку, збільшення частки ринку, забезпечення довгострокової конкурентоспроможності підприємства. З огляду на це, ефективне здійснення маркетингової діяльності стає визначним чинником успіху.

Література:

1. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>