

УДК 664.1
JEL: L66; L83; M31
DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2024-9-260-266>

ДОСЛІДЖЕННЯ НОВИХ ТЕНДЕНЦІЙ У КОНДИТЕРСЬКОМУ БІЗНЕСІ

©2024 ЧИСТЮХІНА А. О.

УДК 664.1
JEL: L66; L83; M31

Чистюхіна А. О. Дослідження нових тенденцій у кондитерському бізнесі

Мета даної статті полягає у визначенні сутності та теоретичних особливостей нових тенденцій у кондитерському бізнесі, а також проблем функціонування даних підприємств і можливостей їх подальшого розвитку. Основними методами дослідження, що використовувалися в статті, є такі: індукції, синтезу, аналізу, порівняння та узагальнення. Досліджено тенденції на ринку кондитерських виробів, що стрімко змінюються, відображаючи мінливі смаки та вподобання споживачів. Досліджено дані про найважливіші тренди кондитерського ринку у 2024 р. на основі щорічного звіту Puratos «Taste Tomorrow». Проаналізовано та спрогнозовано, як штучний інтелект, свідоме споживання, веганство та екологічно чисте сільське господарство доминуватимуть у кондитерському, хлібопекарському та шоколадному секторах у 2024 р. Визначено, що інтерес споживачів зосереджений на зовнішньому вигляді та дизайні кондитерської продукції, а також, що десерти та інші кондитерські вироби мають бути не лише смачними, але й привабливими для соціальних мереж. Досліджено тенденцію до зростання попиту на кондитерські вироби в різних країнах світу, особливо в умовах популярності здорового способу життя (ЗСЖ) і веганства, використання натуральних інгредієнтів (без штучних барвників та ароматизаторів, зі шматочків справжніх фруктів, без ГМО). Визначено роль і вподобання щодо шоколаду для осіб, які відмовилися від цукру та пропагують здоровий спосіб життя. Досліджено тренд на свідоме споживання, екологічно чисте виробництво та «зелений» маркетинг. Визначено основні характеристики, що визначають зацікавленість споживачів у кондитерських виробах, а саме: здорове задоволення, експерименти зі смаком, спеціальні дієти, індивідуальність і персоналізація, візуальна привабливість, екологічність і соціальна відповідальність, цифрова трансформація та інноваційні технології. Визначено параметри, що дають змогу учасникам кондитерського ринку залишатися на вершині свого розвитку та завойовувати нові ринки. Охарактеризовано світові тенденції щодо кондитерських виробів, що постійно змінюються та розвиваються. Перспектива в дослідженнях полягає у визначенні показників чутливості до трендів, експериментів та рівня прагнення до досконалості на ринку кондитерських виробів.

Ключові слова: кондитерський бізнес, інновації, кондитерські вироби, цукор, натуральні інгредієнти, шоколад, маркетинг.

Рис.: 1. **Табл.:** 1. **Бібл.:** 10.

Чистюхіна Анастасія Олександрівна – член Українського союзу промисловців та підприємців, засновник і власник кондитерського бізнесу “Just Right: Cakes, Coffee, Gifts” (вул. Скотт, 119, Уосо, Вісконсін, 54403, США)

E-mail: anastasiia.chy.usa@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0009-0008-5994-3018>

Researcher ID: <https://www.webofscience.com/wos/author/record/LLK-0576-2024>

UDC 664.1
JEL: L66; L83; M31

Chystiukhina A. O. Research of New Trends in the Confectionery Business

The aim of this article is to determine the essence and theoretical features of new trends in the confectionery business, as well as the problems of the functioning of these enterprises and the possibilities of their further development. The main research methods used in the article are the following: induction, synthesis, analysis, comparison and generalization. Trends in the confectionery market, which are rapidly changing, reflecting the changing tastes and preferences of consumers, have been studied. Data on the most important trends of the confectionery market in 2024 based on Puratos' annual report "Taste Tomorrow" were studied. It is analyzed and predicted how artificial intelligence, conscious consumption, veganism and sustainable agriculture will dominate the confectionery, bakery and chocolate sectors in 2024. It is determined how the interest of consumers is focused on the appearance and design of confectionery products, in addition, it is found that desserts and other confectionery products should be not only tasty, but also attractive for social networks. Further, the trend towards the growth of demand for confectionery products from different countries of the world, and especially in the conditions of the popularity of healthy living and veganism, the use of natural ingredients (without artificial dyes and flavors, from pieces of real fruit, without GMOs), was surveyed. The role and preferences of chocolate for people who have given up sugar and promote a healthy lifestyle have been studied. Also the trend towards conscious consumption, environmentally friendly production and green marketing was taken into consideration. The main characteristics that determine the interest of consumers in confectionery are determined, namely in the following indicators: healthy pleasure, taste experiments, special diets, individuality and personalization, visual appeal, environmental friendliness and social responsibility, digital transformation and innovative technologies. The parameters that enable confectionery market participants to remain at the top of their development and conquer new markets have been determined. The constantly changing and developing world trends of confectionery products have been characterized, concluding that studying the indicators of sensitivity to trends, experiments and the level of striving for perfection in the confectionery market is worth to be concerned with.

Keywords: confectionery business, innovations, confectionery, sugar, natural ingredients, chocolate, marketing.

Fig.: 1. **Tabl.:** 1. **Bibl.:** 10.

Chystiukhina Anastasiia O. – member of the Ukrainian Union of Industrialists and Entrepreneurs, founder and CEO of the confectionery business “Just Right: Cakes, Coffee, Gifts” (119 Scott Str., Wausau, Wisconsin, 54403, USA)

E-mail: anastasiia.chy.usa@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0009-0008-5994-3018>

Researcher ID: <https://www.webofscience.com/wos/author/record/LLK-0576-2024>

Кондитерська галузь в Україні та світі – одна з небагатьох галузей харчової промисловості, яка продовжує розвиватися та зберігає активність в умовах війни, пандемії та економічної кризи. Тому доречно проаналізувати сучасний стан кондитерської галузі та визначити інновації як інструменти підвищення економічної ефективності, що можуть успішно вирішити проблеми кондитерської промисловості, а особливо української.

Ринок кондитерських виробів характеризується значною популярністю продукції, що пропонується споживачам. Тому аналіз тенденцій на цьому ринку відобразить взаємопов'язані процеси трансформації цінностей як для виробників, так і для споживачів.

Нестабільна економічна ситуація на ринку впливає і на кондитерську галузь, вказуючи на необхідність перегляду компаніями свого ставлення до продукції, яку вони пропонують. Альтернативою захисту компаній від таких негативних впливів є створення продуктів, які завдяки своєму ціннісному наповненню можуть протистояти фінансово та економічно нестабільним умовам.

Важливо визначити цінності, які є найбільш важливими для споживачів і якими вони керуються при виборі продукції конкретної компанії. З огляду на це, компанії повинні внести відповідні зміни у свої бізнес-системи, щоб створити ефективні потоки створення цінності.

Результати наукових праць у напрямку дослідження нових тенденцій у кондитерському бізнесі, а також проблем функціонування даних підприємств і можливостей їх подальшого розвитку висвітлювалися в працях таких вчених: К. Власюк, Є. Волошин, Ж. Гарбар, В. Голюк, П. Горішевський, О. Дишкантюк, А. Жмудь, А. Загричанська, О. Коваленко, О. Маслак, А. Надточій, Р. Никифоров, О. Світлинець, А. Смаглюк, Л. Тітомир, Ю. Халілова-Чуваєва, О. Шаповалова та інших.

Проте, враховуючи сучасний стан кондитерської галузі, необхідність подальшого аналізу цієї проблематики залишається на порядку денному, оскільки залишаються невирішеними питання, спрямовані на поліпшення економічного розвитку підприємств, що обумовлює актуальність дослідження, представленого в даній роботі.

Мета даної статті полягає у визначенні особливостей і нових тенденцій у кондитерському бізнесі, а також проблем функціонування даних підприємств і можливостей їх подальшого розвитку.

Відповідно до мети даної статті виникає необхідність у вирішенні таких *завдань*:

- ✦ дослідити тенденції на ринку кондитерських виробів, а також проаналізувати тенденції до зростання попиту на кондитерські

вироби з різних країн світу, особливо в умовах популярності ЗСЖ і веганства, використання натуральних інгредієнтів;

- ✦ проаналізувати та спрогнозувати вплив штучного інтелекту, свідомого споживання, веганства та екологічно чистого сільського господарства в кондитерському, хлібопекарському та шоколадному секторах у 2024 р.;
- ✦ визначити основні характеристики, що характеризують зацікавленість споживачів кондитерськими виробами, а саме, в таких показниках: здорове задоволення, експерименти зі смаком, спеціальні дієти, індивідуальність та персоналізація, візуальна привабливість, екологічність та соціальна відповідальність, цифрова трансформація та інноваційні технології;
- ✦ визначити параметри, що дають змогу учасникам кондитерського ринку залишатися на вершині свого розвитку та завойовувати нові ринки.

У статті було використано такі *методи дослідження*: індукції – для дослідження тенденцій на ринку кондитерських виробів, а також аналізу тенденції до зростання попиту на кондитерські вироби з різних країн світу, особливо в умовах популярності ЗСЖ і веганства, використання натуральних інгредієнтів; метод синтезу – для аналізу та прогнозування впливу штучного інтелекту, свідомого споживання, веганства та екологічно чистого сільського господарства в кондитерському, хлібопекарському та шоколадному секторах; метод порівняння – для визначення основних характеристик, що характеризують зацікавленість споживачів кондитерськими виробами, а саме, в таких показниках: здорове задоволення, експерименти зі смаком, спеціальні дієти, індивідуальність і персоналізація, візуальна привабливість, екологічність і соціальна відповідальність, цифрова трансформація та інноваційні технології; метод узагальнення – для визначення параметрів, що дають змогу учасникам кондитерського ринку залишатися на вершині свого розвитку та завойовувати нові ринки.

Тенденції на ринку кондитерських виробів стрімко змінюються, відображаючи мінливі смаки та вподобання споживачів. Сайт sasaomill.com.ua опублікував інформацію про найважливіші тренди кондитерського ринку у 2024 р. на основі щорічного звіту Puratos “Taste Tomorrow”. Звіт базується на інструменті AI Trend Radar та опитуванні понад 20 000 споживачів у 50 країнах світу.

На думку експертів ринку, штучний інтелект, свідоме споживання, веганство та екологічно чисте сільське господарство домінуватимуть у конди-

терському, хлібопекарському та шоколадному секторах у 2024 р.

На рівні кондитерської галузі однією з рушійних сил, що формуватимуть сектор у 2024 р., є рух «натхненний технологіями». Це означає інтеграцію передових технологій, таких як штучний інтелект, зумовлену зростаючим споживчим попитом на унікальні продукти, які відповідають сучасному стилю життя та максимізують задоволення від споживання кондитерських виробів [4].

У порівнянні з 35% у 2018 р. 42% світових споживачів зараз віддають перевагу покупкам онлайн, що спонукає кондитерські компанії та хлібопекарні розширювати свої пропозиції та поліпшувати презентацію готових кондитерських виробів. Інтерес споживачів зосереджений на зовнішньому вигляді та дизайні продукції. Десерти та інші кондитерські вироби повинні бути не лише смачними, але й привабливими для інстаграму, TikTok та інших соціальних мереж і сайтів. Це особливо актуально для поколінь Z та Y. Останніми роками особливий інтерес у споживачів викликають торти в ланч-боксах, Cake to go (порційні торти в паперових стаканчиках), японські моти на основі рисового тіста та макарони (французький десерт, який являє собою два печива з кремом між ними). При цьому якість продукції залишається одним із ключових критеріїв для сучасних споживачів при виборі кондитерських виробів.

Купуючи сьогодні десерти, кондитерські вироби та інші солодощі, споживачі шукають як якісний, смачний продукт, так і новий досвід, свіже враження від упаковки та бренду. І хоча споживачі прагнуть спробувати нові продукти, вони також шукають інновації у знайомих продуктах, наприклад круасани з новими начинками або незвичайну подачу. Цікавий дизайн і новий вигляд заохочують споживачів купувати нові продукти [1].

Згідно з дослідженням “Taste Tomorrow”, близько 73% сучасних споживачів віддають перевагу класичним десертам, які вони знають і яким довіряють. Постійне розширення асортименту та впровадження нових продуктів спонукає споживачів купувати цей продукт знову і знову. Наприклад, сьогодні споживачі можуть знайти круасани з вишневим, полуничним або абрикосовим джемом, ванільною або шоколадною начинкою. Різноманітність овочевих начинок також зростає. Наступна вимога споживачів до ринку – широкий асортимент як на ринку загалом, так і для окремих торгових марок [7].

У секторі хліба та хлібобулочних виробів спостерігається кілька важливих тенденцій:

- ✦ диверсифікація продукції;

- ✦ увага споживачів до свого здоров'я та зміна сприйняття хліба;
- ✦ зростання попиту на крафтові сорти хліба;
- ✦ розвиток вуличної їжі [2].

Як і в інших сегментах, споживачі на ринку хліба продовжують мінімізувати використання добавок і надають перевагу натуральним інгредієнтам.

Уже тривалий час спостерігається тенденція до зростання попиту на кондитерські вироби з різних країн світу. Споживачам було важливо спробувати унікальні та ексклюзивні продукти. Однак останнім часом ситуація змінилася. Близько 39% людей зараз купують продукцію місцевих кондитерів та кондитерських компаній щонайменше щотижня, а також продукти, виготовлені з місцевих інгредієнтів.

Сталий розвиток також є важливим фактором: 70% людей вважають, що споживання продуктів місцевого виробництва є кращим для навколишнього середовища, а 65% – що це краще для їхнього здоров'я.

Сектор продуктів харчування рослинного походження наразі є найбільш швидкозростаючим. Ця тенденція зумовлена поширенням вегетаріанства та веганства серед молоді, яка відмовляється від продуктів тваринного походження на користь рослинної їжі. Крім цього, досить популярною тенденцією зараз є ЗСЖ, що передбачає відмову від цукру та солодкого, де основним компонентом є цукор [5].

Здоровий спосіб життя, дотримання медичної дієти та уважне ставлення до складу продуктів – нові тренди серед споживачів. Багато європейців віддають перевагу здоровим, натуральним продуктам, що містять природні барвники та екстракти, а не синтетичні замінники. Ці зміни зумовлені орієнтацією на натуральне та органічне. Зокрема, споживачі віддають перевагу необробленим хлібобулочним виробам, які не містять штучних добавок. І 28% усіх опитаних готові платити за них більше. Фактично, 71% споживачів у всьому світі хотіли б купувати більше в пекарнях, де все випікається з натуральних інгредієнтів.

Позиціонування продукції як такої, що виготовлена лише з натуральних інгредієнтів (без штучних барвників та ароматизаторів, зі шматочків справжніх фруктів, без ГМО), має великий успіх серед споживачів, які хочуть бути впевненими в якості продукту [3].

Аналіз світових тенденцій показує, що значна кількість людей вважає шоколад невід'ємною частиною здорового харчування, причому 65% світових споживачів віддають перевагу продуктам з користю для здоров'я. Аналіз ринку шоколаду пока-

зує, що попит на дорогий гіркий шоколад зростає. Гіркому шоколаду віддають перевагу люди, які не хочуть відмовлятися від солодкого заради здорового способу життя.

Крім того, споживачі, які цінують здоровий спосіб життя і хочуть мати більше енергії та кращий настрій, усе частіше обирають шоколад, виготовлений з рослинних інгредієнтів, таких як квіти, листя, коріння, насіння і стебла. Ці види шоколаду цінуються за свої лікувальні, ароматичні та їстівні властивості. Згідно зі звітом "Taste Tomorrow", 68% споживачів вважають, що рослинні інгредієнти посилюють корисні властивості шоколаду. Крім того, 73% споживачів переконані, що рослинні інгредієнти додають шоколаду смаку.

Оригінальні інгредієнти виділяють продукт серед конкурентів. Наприклад, акцент на солоному шоколаді, шоколаді із салом, новий дизайн упаковки та нові методи виробництва (ручна робота) можуть збільшити продажі завдяки розширенню споживчої бази та охопленню більшої кількості сегментів ринку [8].

Ще одним важливим трендом сьогодні є орієнтація на свідоме споживання, екологічно чисте виробництво та «зелений» маркетинг. Ці тенденції є не просто модними віяннями, а вже визнані необхідністю. Тому головна мета виробників шоколаду – завоювати лояльність споживачів і партнерів, будучи екологічно свідомими та раціонально споживаючи ресурси. Ця тенденція значною мірою визначає концепцію розвитку бізнесу у сфері виробництва шоколаду та інших кондитерських виробів.

Виробники розробляють нові види шоколаду без шкідливих інгредієнтів, просувають органічний еко-шоколад з горіхами та фруктами і роблять акцент на органічній природі сировини. Багато великих виробників і невеликих шоколадних майстерень розробляють нові концепції шоколаду, включно з натуральними органічними продуктами, шоколад без цукру, без глютену, без консервантів і без барвників [9].

Тенденція до споживання веганських шоколадних виробів також широко розповсюджена. Як глобальний тренд вибір веганського шоколаду є відображенням здоров'я споживачів і соціальної свідомості, створюючи почуття гордості серед споживачів.

Світ кондитерських виробів постійно змінюється, і тільки той, хто йде в ногу з новими тенденціями, може залишатися на вершині. Щоб досягти успіху в галузі, потрібно розуміти, що цікавить сучасних споживачів, які запити вони задовольняють і які інновації змінять їхні смаки (табл. 1) [1].

Отже, варто відмітити, що на сьогоднішній день існує чимало характеристик, що визначають зацікавленість споживачів кондитерськими виробами, які враховують інгредієнти кондитерських виробів, погляди споживачів щодо дієт і ЗСШ, особливості залучення інноваційних технологій, тягу до експериментів зі смаком, різного роду індивідуальні характеристики, соціальну відповідальність та інше.

Крім цього, варто дослідити основні параметри, що дають змогу учасникам кондитерського ринку залишатися на вершині (рис. 1) [4].

Світ кондитерських виробів постійно змінюється та розвивається. Успіху в цьому бізнесі досягає той, хто зможе змінюватися разом із ним. У цьому випадку важливо бути чутливим до трендів, не боятися експериментувати та завжди прагнути до досконалості.

Сьогодні кондитерське виробництво як ніколи потребує інвестиційних ресурсів. Це пов'язано з тим, що основним джерелом коштів для виробничих інновацій були і залишаються власні кошти кондитерського підприємства, яких частіше за все недостатньо для підвищення ефективності роботи компанії.

Для того, щоб вирішити проблеми споживчого попиту, спричинені фінансовою кризою, необхідно розвивати нові сегменти та пропонувати нові види продукції. Важливо пропонувати конкурентоспроможний, якісний, сучасний асортимент, який користується попитом і відповідає потребам споживачів [6].

Отже, на практиці та в сучасних умовах варто зауважити, що український ринок кондитерських виробів продовжить зростати, якщо зможе збільшити свою частку в сегменті елітних виробів та шоколаду, а також завоювавши нові ринки в країнах ЄС.

ВИСНОВКИ

Наразі ринок кондитерських виробів переповнений традиційною продукцією і досягнув споживчого насичення. Тому необхідно створювати нові сегменти, щоб не втратити споживачів. І в цьому напрямку пропонується примножувати розвиток преміум-сегментів з використанням інновацій. Це пов'язано з тим, що інновації є дуже важливим інструментом у розвитку кондитерського виробництва. Для того, щоб виробляти якісну преміальну продукцію, спочатку необхідно встановити додаткові вимоги до виробництва шоколаду, впровадити сучасні технології виробництва шоколаду з використанням сучасних автоматизованих ліній, розробити технології виробництва шоколаду відповідно до стандартів якості та впровадити сучасне пакувальне обладнання. Для того, щоб бути успішними,

Основні характеристики, що визначають зацікавленість споживачів кондитерськими виробами

Показник	Характеристика
Здорові задоволення	Споживачі все частіше вимагають продукти, які не містять штучних барвників та консервантів, виготовлені з натуральних інгредієнтів і містять низький вміст цукру або зовсім не містять його. До них належать фруктові й овочеві десерти, безглютенові та веганські продукти, а також солодощі з низьким вмістом цукру
Експерименти зі смаком	Хоча традиційні смаки залишаються важливими, все більшої популярності набувають експерименти з новими нестандартними поєднаннями. Азійські мотиви, кисло-солодкі смаки, незвичні поєднання спецій – усе це використовується в сучасних десертах
Спеціальні дієти	Безлактозні, безглютенові та веганські дієти все частіше обирають не лише за медичними показаннями, а й для здорового харчування. Виробники кондитерських виробів, які задовольняють ці потреби, можуть розширити свою клієнтську базу та залучити нових шанувальників.
Індивідуальність і персоналізація	Споживачі шукають індивідуальності та персоналізації в продуктах, а також в одязі та аксесуарах. Кондитери можуть задовольнити цю потребу, пропонуючи можливість замовити десерти за власними рецептами, з особливими інгредієнтами або унікальним дизайном
Візуальна привабливість	Красиві та естетично привабливі десерти не тільки радують око, але й є ефективним маркетинговим інструментом. Яскраві фото в соціальних мережах, цікаві форми та прикраси, вигадлива подача – все це допомагає привернути увагу потенційних клієнтів і стимулює їх бажання спробувати десерт
Екологічність і соціальна відповідальність	Усвідомлення екологічних проблем зростає, і споживачі все частіше віддають перевагу компаніям, які дбають про навколишнє середовище. Виробники кондитерських виробів можуть приєднатися до цієї тенденції, використовуючи екологічно чисті пакувальні матеріали, місцеві інгредієнти та переробляючи відходи
Цифрова трансформація	Онлайн-продажі, дистрибуція, соціальні мережі – ці інструменти стають все більш важливими для розвитку кондитерського бізнесу. Вони допомагають розширити клієнтську базу, знайти нових клієнтів, розповісти їм про свою продукцію та привернути більше уваги
Інноваційні технології	3D-друк, молекулярна кулінарія, нові технології декорування – ці інструменти дають кондитерам можливість створювати унікальні та незвичайні десерти і розширювати межі творчості

Джерело: складено автором на основі [1].

кондитерські компанії повинні суворо дотримуватися характеристик зберігання, виробництва, продажу та споживання своєї продукції. Щоб зменшити витрати на зберігання продукції, їм необхідно створювати власні розподільчі центри. Таким чином можна скоротити час, необхідний для завантаження та попереднього замовлення продукції. Отже, основними цілями логістичних комплексів є поліпшення умов зберігання продукції, оптимізація поставок та уникнення проблем затримок продукції на складі. Крім того, вони також повинні постійно вдосконалювати розвиток кондитерської галузі та залишатися конкурентоспроможними та інноваційними в сучасному ринковому середовищі. ■

БІБЛІОГРАФІЯ

1. Волошин Є., Маслак О. Інновації в кондитерській справі вплив на економічний розвиток галузі. *Collection of Scientific Papers «ΛΟΓΟΣ»*. 2024. С. 25–27. DOI: <https://doi.org/10.36074/logos-24.05.2024.003>
2. Загричанська А. В., Голюк В. Я. Аналіз сучасного кондитерського ринку України. *Актуальні проблеми економіки і управління*. 2021. № 15. URL: <http://ape.fmm.kpi.ua/article/view/226703>
3. Дишкантюк О. В., Власюк К. В., Тітомир Л. А., Жмудь А. В. Інновації в ресторанному господарстві: адаптація технологій харчування до сучасних вимог сталого розвитку. *Таврійський науковий вісник. Серія «Технічні науки»*. 2024. № 6. С. 113–119. DOI: <https://doi.org/10.32782/tnv-tech.2023.6.13>
4. Коваленко О. В., Гарбар Ж. В. Інноваційний розвиток підприємств харчової промисловості України. *Економіка. Фінанси. Менеджмент: актуальні питання науки і практики*. 2020. № 4. С. 34–52. DOI: 10.37128/2411-4413-2020-4-3
5. Інноваційні технології десертної продукції на основі білково-вуглеводного напівфабрикату :

Дослідження основних тенденцій кондитерського ринку	вивчення та ознайомлення з галузевою пресою, відвідування виставок, дослідження роботи конкурентів
Інновації	експерименти з новими матеріалами, технологіями, формами та дизайном
Урахування потреб споживачів	вивчення смаків, вподобань та дієтичних потреб споживачів
Робота в онлайн-просторі	передбачає створення сайту, активне використання соціальних мереж, запровадження онлайн-замовлень та доставки
Фокус на якості кондитерських виробів	використання якісної сировини та дотримання стандартів виробництва і гігієни

Рис. 1. Параметри, що дають змогу учасникам кондитерського ринку залишатися на вершині

Джерело: сформовано автором на основі [4].

монографія / Р. П. Никифоров, О. О. Сімакова, А. В. Слащева та ін. Кривий Ріг : ДонНУЕТ, 2020. 141 с.

- Світлицький О. В., Горішевський П. А., Халілова-Чуваєва Ю. О. Інноваційні стратегії в управлінні готельно-ресторанними послугами: від зелених ініціатив до соціальної відповідальності. *Економіка та суспільство*. 2024. Вип. 60. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-60-153>
- Смаглюк А. А., Надточій А. О. Аналіз ринку кондитерських виробів України та перспективи його розвитку. *Інтернаука. Серія «Економічні науки»*. 2020. № 2. URL: <https://www.inter-nauka.com/uploads/public/15823961346397.pdf>
- Шаповалова О. В. Вплив на інноваційну активність щодо суб'єктів господарського використання природних ресурсів. *Право та інновації*. 2023. № 1. С. 132–137. DOI: [https://doi.org/10.37772/2518-1718-2023-1\(41\)-19](https://doi.org/10.37772/2518-1718-2023-1(41)-19)
- Nalkar S. D., Patel A. R., Bhambure Ch. et al. Studies on Suitability of Incorporating Probiotics in Mango-Based Kulfi – A Popular Indian Frozen Dessert. *Food Science and Technology*. 2018. Vol. 19. Iss. 4. P. 714–721. URL: <http://surl.li/vksuqx>
- Vo-Thanh T., Zaman M., Hasan R. et al. The Service Digitalization in Fine-Dining Restaurants: A Cost-Benefit Perspective. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. 2022. Vol. 34. Iss. 9. P. 3502–3524. DOI: <https://doi.org/10.1108/IJCHM-09-2021-1130>

REFERENCES

- Dyshkantiuk, O. V. et al. "Innovatsii v restorannomu gospodarstvi: adaptatsiia tekhnologii kharchuvannia do suchasnykh vymoh staloho rozvytku" [Innovations in the Restaurant Industry: Adaptation of Food Technologies to Modern Requirements of Sustainable Development]. *Tavriiskyi naukovyi visnyk. Seriia «Tekhnichni nauky»*, no. 6 (2024): 113-119. DOI: <https://doi.org/10.32782/tnv-tech.2023.6.13>
- Kovalenko, O. V., and Harbar, Zh. V. "Innovatsiinyi rozvytok pidpriemstv kharchovoi promyslovosti Ukrainy" [Innovative Development of Enterprises of the Food Industry of Ukraine]. *Ekonomika. Finansy. Menedzhment: aktualni pytannia nauky i praktyky*, no. 4 (2020): 34-52. DOI: [10.37128/2411-4413-2020-4-3](https://doi.org/10.37128/2411-4413-2020-4-3)
- Nalkar, S. D. et al. "Studies on Suitability of Incorporating Probiotics in Mango-Based Kulfi – A Popular Indian Frozen Dessert". *Food Science and Technology*, vol. 19, iss. 4 (2018): 714-721. <http://surl.li/vksuqx>
- Nykyforov, R. P. et al. *Innovatsiinyi tekhnologii desertnoi produktsii na osnovi bilkovo-vuhlevodnoho napivfabrykatu* [Innovative Technologies of Dessert Products Based on a Protein-carbohydrate Semi-finished Product]. Kryvyi Rih: DonNUET, 2020.
- Shapovalova, O. V. "Vplyv na innovatsiinu aktyvnist shchodo subiektiv hospodarskoho vykorystannia pryrodnykh resursiv" [Impact on Innovative Activity of Subjects of Economic Using of Natural Resources]. *Pravo ta innovatsii*, no. 1 (2023): 132-137. DOI: [https://doi.org/10.37772/2518-1718-2023-1\(41\)-19](https://doi.org/10.37772/2518-1718-2023-1(41)-19)

Smahliuk, A. A., and Nadtochii, A. O. "Analiz rynku kondyterskykh vyrobiv Ukrainy ta perspektyvy yoho rozvytku" [Analysis of the Confectionery Goods Market in Ukraine and the Perspectives of its Development]. *Internauka. Seriya «Ekonomichni nauky»*, no. 2 (2020). <https://www.inter-nauka.com/uploads/public/15823961346397.pdf>

Svitlynets, O. V., Horishevskiy, P. A., and Khalilova-Chuvaieva, Yu. O. "Innovatsiini stratehii v upravlinni hotelno-restorannymy posluhamy: vid zelenykh initsiatyv do sotsialnoi vidpovidalnosti" [Innovative Strategies in the Management of Hotel and Restaurant Services: From Green Initiatives to Social Responsibility]. *Ekonomika ta suspilstvo*, no. 60 (2024). DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-60-153>

Voloshyn, Ye., and Maslak, O. "Innovatsii v kondyterskii spravi vplyv na ekonomichnyi rozvytok haluzii" [In-

novations in the Confectionery Business Impact on the Economic Development of the Industry]. *Collection of Scientific Papers «ΛΟΓΟΣ»* (2024): 25-27. DOI: <https://doi.org/10.36074/logos-24.05.2024.003>

Vo-Thanh, T. et al. "The Service Digitalization in Fine-Dining Restaurants: A Cost-Benefit Perspective". *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, vol. 34, no. 9 (2022): 3502-3524. DOI: <https://doi.org/10.1108/IJCHM-09-2021-1130>

Zahrychanska, A. V., and Holiuk, V. Ya. "Analiz suchasnoho kondyterskoho rynku Ukrainy" [Analysis of the Modern Confectionery Market of Ukraine]. *Aktualni problemy ekonomiky i upravlinnia*, no. 15 (2021). <http://ape.fmm.kpi.ua/article/view/226703>

УДК 658.8:339.33

JEL: L81; M11

DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2024-9-266-273>

ЗБУТОВА ДІЯЛЬНІСТЬ ДИСТРИБ'ЮТОРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ: СУТНІСТЬ ТА ОСОБЛИВОСТІ ЗДІЙСНЕННЯ

©2024 БЕШЛЕЙ Б. В.

УДК 658.8:339.33

JEL: L81; M11

Бешлей Б. В. Збутова діяльність дистриб'юторських підприємств: сутність та особливості здійснення

Метою статті є характеристика підходів до визначення сутності поняття «збутова діяльність дистриб'юторських підприємств», а також обґрунтування особливостей її здійснення. Аналіз, систематизація й узагальнення наукових праць учених-економістів дозволили розглянути особливості здійснення збутової діяльності з урахуванням специфіки дистриб'юторських підприємств. Систематизовано погляди науковців щодо визначення понять «збут» і «збутова діяльність». У результаті дослідження було надано авторське визначення поняття «збутова діяльність дистриб'юторського підприємства», яке ґрунтується на поєднанні таких важливих аспектів збуту, як формування попиту, організація каналів розподілу, орієнтація на споживача, а також фінансові та маркетингові засади. Обґрунтовано рівні каналів розподілу продукції та встановлено, що дистриб'юторські підприємства виконують важливу роль у каналах розподілу продукції, забезпечуючи ефективне переміщення товарів від виробника до кінцевого споживача через різні рівні посередників. Визначено місце та роль дистриб'юторських підприємств у ланцюгу постачання та проаналізовано основні складові, які впливають на процес збутової діяльності. Особливу увагу приділено використанню сучасних цифрових технологій у здійсненні збутової діяльності дистриб'юторських підприємств. Доведено, що їх застосування дозволяє значно підвищити ефективність збутових процесів продажу, логістики, управління запасами та взаємодії з партнерами і клієнтами та допомагають дистриб'юторам адаптуватися до змін ринку. Запропоновано шляхи оптимізації збутової діяльності дистриб'юторських підприємств, головними векторами яких стали: автоматизація процесів збуту; оптимізація логістичних процесів; розширення та диверсифікація каналів збуту; вдосконалення маркетингової стратегії; підвищення якості обслуговування клієнтів; аналіз і прогнозування попиту; управління ціноутворенням; підвищення рівня співпраці з партнерами. Зроблено висновок про те, що збутова діяльність дистриб'юторських підприємств є важливим елементом функціонування сучасного ринкового середовища, забезпечуючи ефективне переміщення товарів від виробника до кінцевого споживача.

Ключові слова: збут, збутова діяльність, дистриб'юторські підприємства, канали розподілу, облік.

Рис.: 2. **Табл.:** 1. **Бібл.:** 8.

Бешлей Богдан Вікторович – аспірант кафедри аналізу та аудиту, Вінницький національний аграрний університет (вул. Сонячна, 3, Вінниця, 21008, Україна)

E-mail: dp020995bbv@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0009-0007-7874-4666>

UDC 658.8:339.33

JEL: L81; M11

Beshlei B. V. Sales Activity of Distribution Enterprises: The Essence and Peculiarities of Implementation

The aim of the article is to characterize approaches to defining the essence of the concept of «sales activity of distribution enterprises», as well as substantiating the features of implementation of such an activity. Analysis, systematization and generalization of scientific works of economists allowed to consider the features of sales activities, taking into account the specifics of distribution enterprises. The views of scholars on the definition of the concepts of «sales» and «sales activity» are systematized. As a result of the study, the author's own definition of the concept of «sales activity of a distribution enterprise» is presented, based on a combination of such important aspects of sales as demand formation, organization of distribution channels, consumer orientation, as well as financial and