

MODERN DIRECTIONS OF SCIENTIFIC RESEARCH DEVELOPMENT

Proceedings of XIV International Scientific and Practical Conference

Chicago, USA

13-15 July 2022

Chicago, USA

2022

UDC 001.1

The 14th International scientific and practical conference “Modern directions of scientific research development” (July 13-15, 2022) BoScience Publisher, Chicago, USA. 2022. 420 p.

ISBN 978-1-73981-126-6

The recommended citation for this publication is:

Ivanov I. Analysis of the phaunistic composition of Ukraine // Modern directions of scientific research development. Proceedings of the 14th International scientific and practical conference. BoScience Publisher. Chicago, USA. 2022. Pp. 21-27.

URL: <https://sci-conf.com.ua/xiv-mizhnarodna-naukovo-praktichna-konferentsiya-modern-directions-of-scientific-research-development-13-15-07-2022-chikago-ssha-arhiv/>.

Editor

Komarytsky M.L.

Ph.D. in Economics, Associate Professor

Collection of scientific articles published is the scientific and practical publication, which contains scientific articles of students, graduate students, Candidates and Doctors of Sciences, research workers and practitioners from Europe, Ukraine, Russia and from neighbouring countries and beyond. The articles contain the study, reflecting the processes and changes in the structure of modern science. The collection of scientific articles is for students, postgraduate students, doctoral candidates, teachers, researchers, practitioners and people interested in the trends of modern science development.

e-mail: chicago@sci-conf.com.ua

homepage: <https://sci-conf.com.ua>

©2022 Scientific Publishing Center “Sci-conf.com.ua” ®

©2022 BoScience Publisher ®

©2022 Authors of the articles 4

TABLE OF CONTENTS

52.	<i>Тен Сіяоджон</i> КОРОТКИЙ АНАЛІЗ СТАНУ ВИВЧЕНОСТІ ТВОРЧОСТІ ХУДОЖНИКА ФУ БАОШІ	319
POLITICAL SCIENCES		
53.	<i>Kipiani M., Tsimintia P.</i> BUFFER STATE GEORGIA IN THE CONTEXT OF THE MODERN WORLD	325
PHILOLOGICAL SCIENCES		
54.	<i>Жук В. В.</i> ОСОБЛИВОСТІ ВЗАЄМОДІЇ ВЕРБАЛЬНИХ ТА НЕВЕРБАЛЬНИХ КОМПОНЕНТІВ КОМУНІКАЦІЇ У ДІЯЛЬНОСТІ КОНФЛІКТНОЇ ДИСКУРСИВНОЇ ОСОБИСТОСТІ В АНГЛОМОВНОМУ ПОБУТОВОМУ ДИСКУРСІ	332
55.	<i>Ситько О. М.</i> ОБРАЗ РІКИ ДНІПРО В КОНТЕКСТІ БАРОКОВОЇ ЛАТИНОМОВНОЇ КУЛЬТУРИ БАЛТО-ЧОРНОМОРСЬКОГО РЕГІОНУ	342
56.	<i>Фесенко А. В.</i> СПОСОБИ ВІДТВОРЕННЯ ІСПАНСЬКИХ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ	345
57.	<i>Шановал А. С.</i> ЛІНГВОКУЛЬТУРОЛОГІЧНИЙ ТА МОТИВАЦІЙНО- ПРАГМАТИЧНИЙ РІВНІ ОРГАНІЗАЦІЇ МОВНОЇ ОСОБИСТОСТІ	348
PHILOSOPHICAL SCIENCES		
58.	<i>Мелякова Ю. В., Жданенко С. Б.</i> ФИЛОСОФИЯ СУДЕБНОГО ПЕРФОРМАНСА	351
ECONOMIC SCIENCES		
59.	<i>Kotlubai O., Lypynska O.</i> SOCIAL RELATIONSHIP FEATURES IN THE CONDITIONS OF WAR IN UKRAINE	363
60.	<i>Белова Т. Г., Крайнюченко О. Ф.</i> МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ЗАРУБІЖНОГО ПІДПРИЄМСТВА У СИСТЕМІ МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ	370
61.	<i>Куцик В. І., Майборода В. М.</i> ФОРМУВАННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ ПОСЛУГ	378
62.	<i>Непочатенко В. О.</i> ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ ЯК ОСНОВНИЙ ФАКТОР РОЗВИТКУ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ	38

УДК 338.2

МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ЗАРУБІЖНОГО ПІДПРИЄМСТВА У СИСТЕМІ МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ

Белова Тетяна Геннадіївна,

к.е.н., доцент

Крайнюченко Ольга Феодосіївна,

к.е.н., доцент

Національний університет харчових технологій
м. Київ, Україна

Анотація. Стаття присвячена маркетинговим дослідженням, які здійснюються у діяльності зарубіжного підприємства. Розглядається маркетингова діяльність міжнародної компанії «Ферреро». Досліджується товарний асортимент підприємства, представлений на ринку України. Аналізується діяльність конкурентів у кожній асортиментній групі. Зроблено висновки щодо функціонування підприємства у системі міжнародного маркетингу.

Ключові слова: маркетингові дослідження, зарубіжне підприємство, товарний асортимент, конкуренти, маркетингова діяльність, сегменти споживачів, міжнародний маркетинг.

Маркетингові дослідження дозволяють з'ясувати становище підприємства на ринку. Особливе значення мають маркетингові дослідження у діяльності зарубіжної компанії, оскільки вона працює за межами своєї країни і повинна успішно конкурувати та реалізувати свої конкурентні переваги. Особливості маркетингової діяльності компаній у системі міжнародного маркетингу обумовлені загальними тенденціями, які спостерігаються у розвитку світових ринків.

Розглянемо особливості маркетингової діяльності зарубіжного підприємства на прикладі міжнародної компанії «Ферреро» (з італійської «Ferrero»). Це відома у всьому світі італійська сімейна компанія, яка

займається виробництвом відомих кондитерських виробів, таких як «Ferrero Rocher», «Raffaello», «Kinder», «Tic Tac», «Nutella» та багатьох інших.

У складі компанії «Ферреро» знаходиться 86 об'єднаних компаній і 22 виробничих підприємства (2 з яких діють в рамках «Підприємницького проекту Мікеле Ферреро») [1]. Продукти компанії представлені більше, ніж у 170 країнах світу безпосередньо або через авторизованих дистриб'юторів. За даними офіційного сайту компанії, вона значно розширила межі своєї присутності у світі [2].

Ключовими факторами успіху компанії на міжнародній арені є її ключові цінності, що присутні на всіх рівнях діяльності. Це турбота про людей, абсолютна якість продукції, турбота до потреб місцевого суспільства, соціальний розвиток, інтернаціоналізація. Як стверджує Джованні Ферреро (з італійської – Giovanni Ferrero), внук засновника компанії, П'єтро Ферреро: «Ми створюємо продукти, які мають всі потенційні можливості для того, щоб стати популярними споживацькими брендами, що користуються популярністю та довірою серед споживачів. І все це завдяки їх високій якості та гарним споживчим характеристикам» [3]. Отже, довіра споживачів – це ключовий фактор успіху «Ферреро».

В Україні компанія «Ферреро» розпочала свою діяльність у 1996 році. Це сталося рівно через 50 років після започаткування компанії у 1946 році. А пізніше, через стрімкий і перспективний розвиток компанії в Україні, 14 квітня 2003 року ТОВ «Ферреро Україна» було офіційно зареєстровано з центральним офісом у місті Києві [4].

За формою власності, ТОВ «Ферреро Україна» є товариством з обмеженою відповідальністю, що постачає і продає італійську продукцію по всій території України. Власного виробництва на території України у неї немає. Підприємство імпортує до України такі відомі бренди: «Ferrero Rocher», «Ferrero Prestige», «Ferrero Collection», «Raffaello», «Tic Tac», серію продуктів «Kinder» та «Nutella».

Успішна діяльність компанії залежить від наявного асортименту. Товарний асортимент, представлений підприємством на українському ринку, вироблений зарубіжними фабриками і транспортований до України.

Асортимент продукції ТОВ «Ферреро Україна» складається із 8 наступних товарних категорій: праліне, шоколадні яйця, шоколад, шоколадні пасти, батончики, бісквіти, напів-охолоджена продукція, цукерки-драже.

В категорію «Праліне» входять 4 позиції «Ferrero Rocher», «Raffaello», «Ferrero Prestige» і «Ferrero Collection». Це унікальні цукерки за своєю рецептурою та смаком у поєднанні з горіхами. «Ferrero Prestige» і «Ferrero Collection» – це набори із декількох видів праліне. Наприклад, у набір «Ferrero Collection» входять 3 види цукерок – «Ferrero Rocher», «Raffaello» і «Ferrero Rondnoir». У «Ferrero Prestige» входять цукерки «Ferrero Rocher», «Raffaello» і «Ferrero Kuschen» [5].

Наступна товарна група «Шоколадні яйця». Вона складається з 3 асортиментних позицій: «Kinder Surprise», «Kinder Surprise Maxi» і «Kinder Joy».

Вони схожі між собою, проте розраховані на різні сегменти потенційних споживачів. «Kinder Surprise» – молочний шоколад, всередині якого – іграшка в пластмасовій коробочці. Сам шоколад огорнутий упаковкою із фольги з маркетинговою комунікацією. Вага – 20 г (100 г – у випадку «Kinder Surprise Maxi»). «Kinder Joy» – розрахований на більш преміальний сегмент споживачів із вищим рівнем доходу. Тут також є шоколад і іграшка, проте вони представлені у іншому форматі – пластикові половинки, в одній із яких – іграшка, в іншій – молочно-шоколадний крем із двома хрусткими кульками. Вага – 20 г.

Важливо також відмітити, що асортиментна позиція «Kinder Surprise» представлена у 4 варіаціях: класична серія (20 г), ліцензійна серія (20 г), серія для дівчат (20 г) і серія великих «Kinder Surprise Maxi» (100 г) – вони відрізняються одне від одного іграшкою всередині і упаковкою.

«Kinder Joy», у свою чергу, представлений на ринку України у двох варіантах – класична серія і серія для дівчат.

До товарної групи «Шоколад» входять 3 позиції – «Kinder Chocolate», «Kinder Chocolate with cereals» та «Kinder Chocolate Maxi». «Kinder Chocolate» – це малі плитки молочного шоколаду, що користується популярністю як у дітей, так і у дорослих. «Kinder Chocolate with cereals» – це «Kinder Chocolate» зі злаками всередині, «Kinder Chocolate Maxi» – це подовжена плитка «Kinder Chocolate».

До асортиментної групи «Шоколадні пасти» входить 1 позиція – горіхова паста з додаванням какао «Nutella», що представлена у 4 варіантах – на 180 г, 200 г, 350 г та на 630 г. Всі баночки виглядають однаково, тільки за розмірами різні. Відрізняється від інших тільки варіант на 200 г, що має упаковку у вигляді стаканчика, що привертає увагу більшої кількості покупців.

В асортиментну групу «Батончики» підприємства входить 1 позиція – «Kinder Bueno». «Kinder Bueno» – це шоколадний батончик, що містить в середині ніжний крем, покритий хрусткою скоринкою.

Асортиментна група «Бісквіти» складається з однієї позиції (ніжний бісквіт «Kinder Delice»). Це ніжний бісквіт з начинкою [5].

Асортиментна група «Напів-охолоджена продукція» підприємства – це бісквітні десерти з кремом в шоколаді, що зберігаються в холодильнику. До напів-охолодженої продукції ТОВ «Ферреро Україна» відносяться «Kinder Pinguì», «Kinder Maxi King» і «Kinder Milk Slice».

Асортиментна група «Цукерки драже» складається із цукерок драже 4 смаків: м'ята, апельсин, полуничний мікс і м'ятний твіст .

Щодо торгівлі на території України, ТОВ «Ферреро Україна» продає продукцію компаніям-дистриб'юторам та різноманітним мережам магазинів в регіонах України. Продукція постачається у великі мережі магазинів оптової та роздрібною торгівлі, гастрономи, кіоски.

Дослідження показали, що уся продукція підприємства розрахована на покупців із рівнем доходу середнім і вище середнього. Щодо специфіки

цільової аудиторії, серія «Kinder» розрахована на дітей від трьох років (саме на них спрямовані усі зусилля маркетингу), «Nutella» також має свою специфічну цільову аудиторію – сучасних мам із дітками від 3 до 14 років. Вся товарна група «Праліне» націлена на «преміум» сегмент споживачів. А «Цукерки драже» позиціонуються на цільову аудиторію – активну молодь, що бажає освіжити подих та весело провести вільний час із друзями.

ТОВ «Ферреро Україна» представляє на українському ринку 8 асортиментних категорій товарів. В кожній із категорій є основні та другорядні конкуренти.

Розглянемо конкурентів, яких має кожна асортиментна група.

В товарній групі «Праліне» у підприємства 6 наступних конкурентів, які займають основну частку ринку:

- АТ «ВО «КОНТИ» із цукерками в коробках «Esfero» і «Belissimo» [6];
 - ПрАТ «Монделіс Україна із цукерками в коробках «Корона» і «Венеціанська ніч» [7];
 - ПАТ «Рошен» із цукерками в коробках «Вечірній Київ» і «Асорті і «MONTERINI» [8];
 - ТОВ «Нестле Україна» із цукерками в коробках «Світоч». До них відносять: «Світоч Палітра», «Світоч Стожари», «Світоч Exclusive», «Світоч Палітра Європейські Десерти» і «Світоч Львівські Дефіляди» [9];
 - ТОВ «АВК» із цукерками в коробках «Шадевр», «Domior», «Trufalie» і «Вечір Золотий» [10];
 - ТОВ «Рейнфорд» із цукерками в коробках «Любимов» і «Millenium».
- В товарній групі «Шоколад» підприємство має 6 наступних конкурентів:
- АТ «ВО «КОНТИ» із шоколадом «Amour»;
 - ПрАТ «Монделіс Україна» із шоколадом «Корона» і «Milka»;
 - ПАТ «Рошен» із шоколадом «Рошен», «Оленка», «Чайка» і «Сливки-ленивки»;
 - ТОВ «Нестле Україна» із шоколадом «Світоч» і «Nesquik»;

- ТОВ «Рейнфорд» із шоколадом «Millenium», «Любимов» і «Любимов kids»;

- ТОВ «АВК» із однойменним шоколадом.

В товарній групі «Шоколадні яйця» у підприємство є 2 наступних конкуренти:

- ТМ «Private label» із шоколадними яйцями з мультиплікаційними ліцензіями, що продаються у торговій мережі «Fozzy Food»;

- Інші товари, що схожі на «Кіндер», але вони не мають певної назви. Тому виділяємо їх в окрему групу.

В товарній групі «Батончики» у підприємства є 6 конкурентів:

- ТОВ «Марс Україна» із шоколадними батончиками «Snickers», «Bounty», «Twix» і «Mars»;

- ПрАТ «Монделіс Україна» із шоколадними батончиками «Picnic»;

- ПАТ «Рошен» із шоколадними батончиками «Батон»;

- ТОВ «Нестле Україна» із шоколадними батончиками «Nuts», «Kit Kat», «Lion» і «Aero»;

- ТОВ «АВК» із шоколадним батончиком «Батончик»;

- АТ «ВО «КОНТИ» із шоколадним батончиком «Шокотель».

В товарній групі «Шоколадні пасти» підприємство має таких конкурентів:

- ТОВ «Петерпак» із шоколадно-молочною пастою «Бурешка»;

- ПП «Кондитер-К» з кондитерською пастою з какао та лісовими горіхами «Мульти Крем» [11];

- ТОВ «Терра Фуд» з шоколадною пастою «Тульчинка»;

- ТОВ «Укрпродукт» із шоколадним маслом «Наш Молочник»;

- ТМ «Private label» із шоколадною пастою «Pralinutta», що продається у торговій мережі «Fozzy Food»;

- ТОВ «Вельд» із шоколадним кремом «Nussa».

В товарній групі «Напів-охолоджена продукція» у підприємства є єдиний конкурент – це охолоджені бісквіти ТМ «Private Label».

В товарній групі «Бісквіти» підприємство має 4 конкуренти, які займають основну частку ринку:

- ПрАТ «Монделіс Україна» із бісквітним дитячим батончиком «Ведмедик Барні»;
- Корпорація «Бісквіт-Шоколад» із бісквітним тістечком з начинкою «Бісквіт» [12];
- ПАТ «Рошен» із бісквітним кондитерським виробом «Бісквіт»;
- ТОВ «Петрус-кондитер» із бісквітом «Домашнє свято» [13].

В товарній групі «Цукерки драже» підприємство має лише непрямих функціональних конкурентів, а саме жувальні гумки та льодяники.

Такими функціональними конкурентами є «Орбіт», «Екліпс», «Дірол», «Холлс» та інші.

Висновки. Провівши маркетингові дослідження діяльності міжнародної компанії «Ферреро» на ринку України можна сказати, що вона має великі можливості розвитку: асортимент продукції великий та різноманітний, товари мають відмінну якість, існує креативний підхід до оформлення та дизайну упаковки, товари розраховані на різні сегменти споживачів. Наявність великої кількості конкурентів сприяє намаганням підприємства підтримувати свій імідж в Україні.

Список літератури

1. Все в шоколаді. Скільки заробляють Roshen і другі кондфабрики із мирового топ-100. Інфографіка. URL: <https://ru.tsn.ua/infografika/vse-v-shokolade-skolko-zarabatyvayut-roshen-i-drugie-kondfabriki-iz-mirovogo-top-100-infografika-796964.html> (дата звернення: 01.07.2022).

2. Бізнес Групи «Ferrero». URL: <https://www.ferrero.ua/business> (дата звернення: 02.07.2022).

3. Кодекс етики Ferrero. URL: <https://www.static.ferrero.com/globalcms/documenti/1715> (дата звернення: 01.07.2022).

4. Історія «Ferrero» в Україні. URL: <https://www.ferrero.ua/ferrero-ukraine> (дата звернення: 01.07.2022).
5. Офіційний сайт ТОВ «Ферреро Україна». URL: <https://www.ferrero.ua/> (дата звернення: 02.07.2022).
6. Офіційний сайт компанії ТОВ «Конті Україна». URL: <http://www.konti.com/ua> (дата звернення: 02.07.2022).
7. Офіційний сайт компанії ПрАТ «Монделіс Україна». URL: <http://www.ua.mondelizinternational.com> (дата звернення: 02.07.2022).
8. Офіційний сайт компанії ПАТ «Рошен». URL: <http://www.roshen.com/ua> (дата звернення: 02.07.2022).
9. Офіційний сайт компанії ТОВ «Нестле Україна». URL: <http://www.nestle.ua> (дата звернення: 02.07.2022).
10. Офіційний сайт компанії ТОВ «АВК». URL: <http://www.avk.ua/ua> (дата звернення: 02.07.2022).
11. Тест-драйв для сладкоежек или о кондитерских пастах. URL: <https://test.org.ua/tests/food/362> (дата звернення: 02.07.2022).
12. Офіційний сайт корпорації «Бісквіт-Шоколад». URL: <http://biscuit.com.ua/> (дата звернення: 02.07.2022).
13. Офіційний сайт компанії «Петрус-Кондитер». URL: <http://dssweets.com.ua> (дата звернення: 02.07.2022).