

УДК 339.138

А. С. Коноваленко,  
к. е. н., доцент, доцент кафедри маркетингу,  
Таврійський державний агротехнологічний університет імені Дмитра Моторного  
ORCID ID: 0000-0001-9061-5989

DOI: 10.32702/2306-6792.2020.3.65

## ТЕХНОЛОГІЧНІ ЧИННИКИ РОЗВИТКУ РИНКУ ПРОДУКТІВ ХАРЧУВАННЯ ДЛЯ ДІТЕЙ

A. Konovalenko,  
PhD in Economics, Associate Professor, Associate Professor  
of Marketing Department, Dmytro Motornyi Tavria State Agrotechnological University

### TECHNOLOGICAL FACTORS FOR THE DEVELOPMENT OF THE FOOD MARKET FOR CHILDREN

Роботу присвячено огляду ключових технологічних зрушень, які прямо або опосередковано впливають на стан та розвиток продовольчої сфери та галузі громадського харчування. Визначено основні тенденції, що обумовлюють якісну зміну харчового сервісу, споживачем якого є діти шкільного віку. У статті зазначено, що запровадження технологічних інновацій у продовольчій сфері має позитивні та негативні наслідки. Заміни натуральних інгредієнтів штучними аналогами, використанні синтетичних покращувачів споживчих характеристик продуктів, маскування шкідливих продуктів харчування під корисні аналоги дозволяють підвищувати економічну ефективність виробництва, однак водночас погіршується якість харчування населення, підвищується ризик погіршення стану здоров'я людей, виникає загроза для продовольчої безпеки у довгостроковій перспективі. Особливо актуальною проблема рівня безпеки харчування є у дитячому сегменті, адже якість харчування у дитинстві прямо впливає на стан здоров'я людини протягом життя. У роботі викладено аналіз низки ускладнень, з якими стикається сучасний харчовий сервіс у системі загальних закладів освіти в Україні. До таких проблем віднесено необхідність модернізації сервісу, впровадження ресурсоощадних технологій, оновлення обладнання, оздоблення приміщень, підходів до обслуговування споживачів тощо. Реалізація таких заходів ускладнена браком коштів та інвестицій, відсутністю мотивації персоналу до запровадження інноваційних підходів, невідповідність наявного сервісу очікуванням споживачів. Інноваційний розвиток виробництва в Україні ускладнений відсутністю інвестицій, однак спостерігаються певні позитивні зрушення у інноваційному потенціалі країни. Найбільшу частку інновацій у останні роки складають маркетингові та організаційні інновації, що запроваджують вітчизняні виробники. Зазначено, що підвищенню якості продовольства в Україні у майбутньому впливатиме державна підтримка органічного виробництва, поширення виробництва продуктів харчування, збагачених вітамінами та мінеральними речовинами. Акцентовано увагу на тому, що на сучасний харчовий сервіс впливає поширення сфер застосування інформаційних технологій, а стиль життя людей обумовлює появи та розповсюдження нових форматів закладів громадського харчування.

The work is dedicated to identifying key technological developments that directly or indirectly affect the status and development of the food and catering sector. The main tendencies that determine the qualitative change of food service, which consumers are of school age, are identified. The article states that the introduction of technological innovations in the food sector has both positive and negative effects. Substitution of natural ingredients with artificial analogues, use of synthetic improvers of consumer characteristics of products, masking of harmful food under useful analogues allow to increase the economic efficiency of production, but at the same time deteriorates the quality of nutrition of the population, increases the risk of deterioration of human health for the perspective. Particularly urgent is the problem of nutritional security in the infant segment, since the quality of nutrition in childhood directly affects a person's health during life.

The paper presents an analysis of a number of complications encountered by modern food service in the system of general educational institutions in Ukraine. These problems include the need to modernize the service, implement resource-saving technologies, upgrade equipment, furnish premises, approaches to customer service, and more. Implementation of such measures is complicated by lack of funds and investments, lack of motivation of the staff to introduce innovative approaches, inconsistency of the available service with consumer expectations.

The innovative development of production in Ukraine is complicated by the lack of investment, but there are some positive developments in the country's innovation potential. The largest share of innovations in recent years is the marketing and organizational innovations introduced by domestic manufacturers. It is stated that the improvement of food quality in Ukraine in the future will be influenced by the state support of organic production, expansion of production of foods enriched with vitamins and minerals. Emphasis is placed on the fact that the modern food service is influenced by the spread of information technology spheres, and the lifestyle of people determines the emergence and distribution of new formats of catering establishments. Technological innovations in food production and catering are influential.

*Ключові слова: маркетинг, дитяче харчування, споживач, технологія, інновації, макромаркетингове середовище, шкільна їдальня, харчовий сервіс.*

*Key words: marketing, food for children, consumer, technology, innovation, macromarketing environment, school canteen, food service.*

### **ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ**

Стрімкий технологічний розвиток продовольчої сфери обумовлює отримання суспільством низки переваг, які проявляються у підвищенні рівня ефективності використання виробничих ресурсів, розвитку нових видів виробництв, появі нової продукції та послуг подолання дефіциту продовольства серед населення. Однак технологічні надбання мають й зворотній бік, що проявляється у негативних наслідках погіршенню якості продуктів харчування за рахунок заміни натуральних інгредієнтів штучними аналогами, використанні синтетичних покращувачів споживчих характеристик продуктів, маскуванні шкідливих продуктів харчування під корисні аналоги тощо. У результаті погіршується якість харчування населення, підвищується ризик погіршення стану здоров'я людей, виникає загроза для продовольчої безпеки у довгостроковій перспективі.

Особливо актуальною проблема рівня безпеки харчування є у дитячому сегменті, адже якість харчування у дитинстві прямо впливає на стан здоров'я людини протягом життя. Якщо дитяче харчування, призначене для споживання дітьми до 3-річного віку є предметом стандартизації та жорсткого державного контролю, то діти шкільного віку потрапляють у дорослий ринковий сегмент. Враховуючи вразливість дитячої психіки, відсутність сформованою споживчої моделі поведінки дітей та їх сприйняття комунікаційних маркетингових заходів з боку виробників та ритейлу, виникає ризик вибору дітьми продуктів харчування, що становлять потенційну загрозу їх здоров'ю та

якості життя. Тож перед науковцями постає завдання всебічного дослідження чинників, що впливають на стан та перспективи подальшого розвитку ринку продуктів харчування для дітей шкільного віку.

### **АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ, У ЯКИХ ЗАПОЧАТКОВАНО РОЗВ'ЯЗАННЯ ДАНОЇ ПРОБЛЕМИ**

Проблематика впливу технологічних складових на стан та перспективи розвитку ринку продовольства в Україні є предметом досліджень вітчизняних науковців. Методологічні основи здійснення досліджень макросередовища на розвиток ринку споживчих товарів закладені у працях Старостіної А.О., у тому числі розкрито необхідність аналізу технологічних чинників як підґрунтя для розробки маркетингової стратегії підприємств на продовольчому ринку. Особливості та сучасні тенденції розвитку технологій у харчовій промисловості розглянуті у роботах Вознюк О.І., Поліщук Г.Є., Скупського Р.Р. та Меліх Т.Г. Напрями впровадження маркетингового механізму на ринку органічної продукції досліджено Білоткач І.І. У своїх роботах Писаренко Т.В., Т.К. Кваша, Грудцина Ю.В. здійснили оцінку сучасного стану інноваційної діяльності в Україні. Маркетингові аспекти інноваційного розвитку стали предметом дослідження у роботах Ковальчук С.В. Попри наявність наукових здобутків дослідників у сфері вивчення ролі інноваційної та технологічної складової у розвитку продовольчої сфери, досі залишаються не дослідженими питання впливу сучасних технологічних зру-

шень на модернізацію підходів до функціонування сфери забезпечення харчування дітей шкільного віку.

### МЕТА СТАТТІ

Метою статті є у визначення сучасних технологічних тенденцій, які прямо або опосередковано впливають на стан ринку продуктів харчування для дітей шкільного віку та перспективу його подальшого розвитку.

### ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ ДОСЛІДЖЕННЯ

У своїх роботах П. Друкер стверджував, що будь-який вид діяльності потребує двох основних функцій: маркетингу та інновацій. Продовольча сфера не є виключенням, що вимагає інноваційної ініціативи провайдера харчового сервісу, вивчення потреб та очікувань споживача та спрямування діяльності на досягнення ключової мети — задоволення потреб споживача.

Одним із завдань загальноосвітніх закладів в Україні та підприємств, які забезпечують харчування дітей у закладах освіти, відповідно до Закону України "Про загальну середню освіту" є забезпечення харчування школярів як захід збереження їх здоров'я [17]. В Україні діти з досягненням 6-річного віку отримують усі ознаки споживача [8, с. 188]. Тож пришкольні заклади харчового сервісу фактично функціонують у ринкових умовах та базувати власну стратегію на основі оцінки стратегічного потенціалу, результатів аналізу зовнішнього середовища, планувати заходи для підвищення конкурентоспроможності тощо. Досягти встановленої мети можливо за рахунок активізації маркетингової та інноваційної діяльності, однак більшість шкільних їдальнь в Україні сьогодні мають типові проблеми, пов'язані із технологічною застарілістю як продуктового асортименту, обладнання, так й формою організації харчового сервісу. У шкільних їдальнях часто порушуються правила приготування та зберігання страв. Розбудова подальшої маркетингової стратегії розвитку ринку продуктів харчування для дітей потребує детального дослідження макромаркетингового середовища [20, с. 224], одним із складових якого є технологічні чинники.

Технологічні зрушення, що відбуваються у продовольчій сфері мають як позитивні, так й негативні наслідки. Прагнення підвищувати ефективність вирощування культур обумовили широке розповсюдження застосування інноваційних технологій в сфері АПК. Як наслідок, на

ринку збільшилась кількість продуктів харчування, що містять залишки пестицидів, нітратів, важких металів та антибіотиків, що задає особливої шкоди здоров'ю дітей через вразливість їх організму до подібних речовин. На противагу, фахівці зазначають поступове посилення світових тенденцій розповсюдження органічного виробництва, що якісно змінює пропозицію на ринку продуктів харчування як такого. В Україні науковці зазначають поступове зростання попиту на органічну продукцію серед населення, що обумовлено стурбованістю українських споживачів щодо вмісту пестицидів, хімічних залишків та антибіотиків у харчових продуктах, які вони систематично купують у роздрібній мережі, та прагненням дбати про своє здоров'я. Вибір органічної продукції обумовлений прагнення людей захистити себе та свої родини від впливу шкідливих та недостатньо досліджених речовин [5, с. 194].

Влада та пересічні споживачі усвідомлюють ризики зростання екологічної загрози внаслідок інтенсифікації сільськогосподарського виробництва обумовлює активізацію зусиль, спрямованих на розробку альтернативних методів виробництва, зберігання, транспортування та реалізації продукції. Інтенсифікація маркетингу органічної продукції сприяє підвищенню потенціалу розвитку внутрішнього ринку органічної продукції, що позитивно впливатиме на забезпечення якості життя та здоров'я населення [4, с. 86].

Сприяє покращенню економічного, соціального та екологічного стану в Україні, комплексному розвитку сільської місцевості та поліпшенню здоров'я населення реалізація положень Закону України "Про виробництво та обіг органічної сільськогосподарської продукції та сировини", який формує правові засади всебічного розвитку органічного агровиробництва. Однак, попри те, що загальний обсяг товарообігу біо-продуктів на світовому ринку склав 48 млрд дол. за останні дев'ять років [16], експерти стверджують, що в Україні не слід очікувати стрімкого розвитку ринку органічної продукції на найближчий час, що викликано тим, що органічна продукція на 10—50% дорожча за традиційні продукти харчування [15, с. 195]. До того ж розвиток харчової промисловості України ускладнений застарілістю технологій виробництва, необхідністю модернізації виробничих потужностей виробників, що ускладнено кризовим станом економіки країни.

Подолання кризового стану, модернізація продовольчої сфери, забезпечення належного рівня харчування дітей та підлітків можливе за

Таблиця 1. Динаміка Глобального індексу інновацій по країнах у 2016–2019 рр.

| Країна              | Роки |      |      |      | Зміна позиції у рейтингу, пунктів |
|---------------------|------|------|------|------|-----------------------------------|
|                     | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 |                                   |
| Швейцарія           | 1    | 1    | 1    | 1    | -                                 |
| Швеція              | 2    | 2    | 3    | 2    | -                                 |
| США                 | 4    | 4    | 6    | 3    | ↑ 1                               |
| Нідерланди          | 9    | 3    | 2    | 4    | ↑ 5                               |
| Велика Британія     | 3    | 5    | 4    | 5    | ↓ 2                               |
| Німеччина           | 10   | 9    | 9    | 9    | ↑ 1                               |
| Китай               | 25   | 22   | 17   | 14   | ↑ 11                              |
| Польща              | 39   | 38   | 39   | 39   | -                                 |
| Російська Федерація | 43   | 45   | 46   | 46   | ↓ 3                               |
| Україна             | 56   | 50   | 43   | 47   | ↑ 9                               |
| Казахстан           | 75   | 78   | 74   | 79   | ↓ 4                               |

Джерело: укладено автором на основі даних Global Innovation Index <https://www.globalinnovationindex.org/> [2; 3].

рахунок широкомасштабної реалізації інноваційних проектів. Саме інновації виступають засобом забезпечення адаптивності підприємства в умовах мінливості зовнішнього оточення.

Дослідження вітчизняних науковців свідчать про те, що за інноваційний потенціал українських виробників суттєво знизився за останні 20 років порівняно з країнами Східної Європи. Так, у 1990 році частка підприємств, які здійснювали розробку та впровадження нової та удосконаленої продукції, становила 60–70%. За даними 2005 р. цей показник скоротився на 15% (у порівнянні з 70% за даними розвинутих країн та 30% у Польщі). Дані Звіту про глобальну конкурентоспроможність Всесвітнього Економічного Форуму, свідчать про те, що у рейтингу зі 131 держави Україна по-

сіла 93 місце за показниками технологічної готовності економіки та 65 місце за показниками інновацій [9, с. 63].

Україна представлена у низці міжнародних рейтингів з визначення інноваційного потенціалу, технологічної та інноваційної конкурентоспроможності країни, серед яких найавторитетнішими є Глобальний індекс інновацій (Global Innovation Index), Індекс інноваційного розвитку агенції Bloomberg (Bloomberg Innovation Index), Глобальний індекс конкурентоспроможності (Global Competitiveness Index), Інноваційний індекс Європейського інноваційного табло (Innovation Union Scoreboard), Глобальний індекс конкурентоспроможності талантів (Global Talent Competitiveness Index) [19].

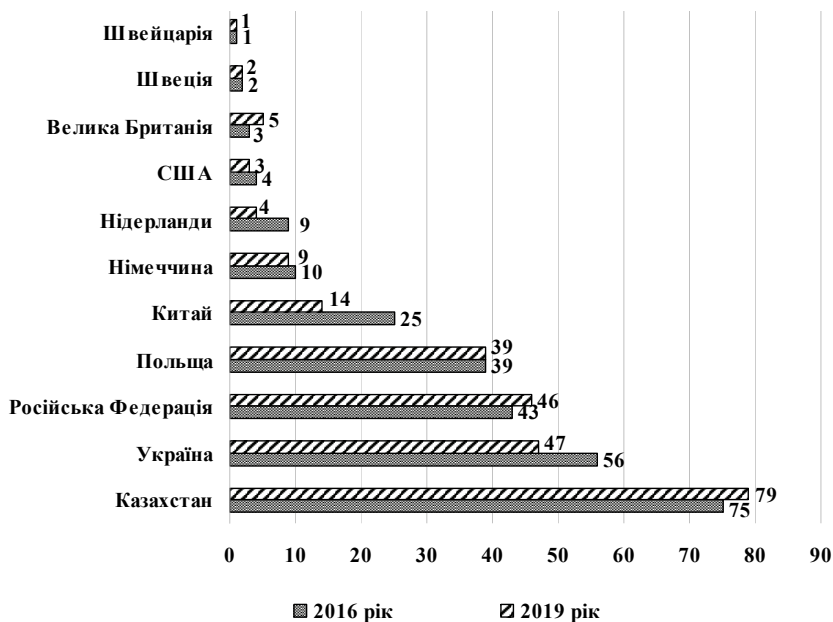


Рис. 1. Показник Глобального індексу інновацій по країнах у 2016 та 2019 рр.



**Таблиця 2. Розподіл підприємств та організацій за видами інновацій**

| Показники   | Період, роки |           | Абсолютний приріст |
|---|--------------|-----------|--------------------|
|   | 2014-2016    | 2016-2018 |                    |
| Загальна кількість підприємств, од.                     | 27726        | 29129     | +1403,00           |
| Кількість інноваційно активних підприємств, од.         | 5095         | 8173      | +3078,00           |
| Частка інноваційно активних підприємств, %              |              |           |                    |
| У тому числі:   | 18,38        | 28,06     | +9,68              |
| здійснювали технологічні інновації                      | 64,34        | 35,94     | -28,40             |
| здійснювали продуктові інновації                        | 6,81         | 9,36      | +2,55              |
| впровадили нові процеси                                 | 31,42        | 12,70     | -18,72             |
| реалізували продуктові та процесні інновації            | 24,73        | 13,87     | -10,86             |
| реалізували маркетингові та/або організаційні інновації | 35,66        | 64,06     | +28,40             |

Джерело: розраховано автором на основі [www.ukrstat.gov.ua](http://www.ukrstat.gov.ua) [10; 11].

Ключовими темами, на яких акцентували увагу експерти Глобального індексу інновацій (GII) за останні три роки, стали проблеми продовольчої сфери, енергетичного сектору та інновацій у сфері охорони здоров'я [Global]. Динаміка GII по країнах у 2016—2019 рр. (табл. 1) свідчить про те, що незмінними країнами-лідерами з високим показником інноваційного потенціалу стабільно залишаються Швейцарія, Швеція, США.

Україна за останні 4 роки демонструє підвищення інноваційності, на що вказує її переміщення з 56 позиції у 2016 році на 9 пунктів. За даними GII у 2019 році Україна посіла 47 позицію у рейтингу (рис. 1).

У 2009 р. експерти зазначали, що активність у запровадженні інновацій на підприємствах харчової промисловості мала позитивну динаміку зростання на 43% [14, с. 98], то на сьогодні рівень розвитку інноваційної активності на підприємствах харчової промисловості залишається невиправдано низьким. Частка застарілого устаткування в окремих сферах становить 60—70% [7, с. 138]. Однак спостерігаються й позитивні зрушення в інноваційній активності підприємств (табл. 2). Зокрема збільшується частка інноваційно активних підприємств (на 9,68%) у загальній їх кількості.

Найзначніші зрушення спостерігаються у реалізації маркетингових та організаційних інновацій, частка їх впровадження у виробництво має позитивну динаміку та значно перевищує показники інших видів інноваційної активності підприємств.

Подальша модернізація продовольчої сфери, запровадження інноваційних методів виробництва, досягнень науки і техніки є необхідною умовою для європейської орієнтації підприємств у сфері харчової промисловості в Україні, однак, інноваційний розвиток вітчизня-

ної продовольчої сфери ускладнений відсутністю інвестицій [6, с. 82]. Так, у 2010 р. на харчові підприємства України надійшло 1 857 млн дол. США прямих іноземних інвестицій, що на 15% більше, ніж у 2007 р., й на 36% більше, ніж у 2005 році [13, с. 20]. У підприємств бракує й власних коштів. У період 2011—2013 рр. частка власних коштів виробників продовольчої сфери у структурі фінансування капітальних інвестицій у середньому становила 86%. Для вітчизняних виробників гострою проблемою залишається необхідність отримання технічної допомоги для реформування та фінансової підтримки впровадження міжнародних систем управління безпекою харчових продуктів, що формує стратегічні завдання для України [18, с. 342]. Модернізація системи харчування школярів також ускладнена браком коштів для оновлення основних засобів та запровадження інноваційних технологій обслуговування.

Сучасні технологічні перетворення характеризуються високою динамічністю, різноманітністю та суттєвим впливом розвитку інформаційних технологій. Окрім того, що інновації здатні забезпечити економічне зростання, вони здатні якісно змінювати способи функціонування економіки. Запровадження технологій штучного інтелекту, блокчейну, Інтернету речей та промислового Інтернету речей, 3-D друку, 5G зв'язку, доповненої та віртуальної реальності та інші докорінно змінюють процеси виробництва, будівництва, фінансів, навчання, торгівлі, логістики тощо [1, с. 62]. Розвиток технологій виробництва продовольства сьогодні супроводжується тенденціями із запровадження ресурсозберігаючих технологій з метою підвищення екологічності виробництва та зниження шкідливого впливу на навколишнє середовище.

Одним з інструментів маркетингової стратегії закладів громадського харчування є внутрішня організація їх простору. Новосельчук Н.Є. у своїх роботах довела необхідність індивідуального підходу до архітектурно-художнього вирішення інтер'єру та застосування сучасних тенденцій в залежності від специфіки закладу. Споживач сприймає роботу закладу харчування через дві основні складові: рівень харчування та культуру обслуговування. Відвідувачам важливо не тільки отримати якісну їжу, а й почувати себе комфортно й невимушено [12, с. 451]. Найчастіше внутрішнє оздоблення та дизайн інтер'єру закладів харчування є демонстрацією цінового сегменту ринку, на який орієнтований даний заклад. Відповідно заклади харчування при освітніх установах є бюджетними, які не передбачають наявності маркетингової стратегії та підходів до позиціювання, що прямо відображається на наявності здебільшого застарілих інтер'єрів та традиційних підходів до оздоблення. Сучасні шкільні їдальні потребують докорінних змін асортиментної політики, внутрішнього оздоблення, сервісу тощо.

#### ВИСНОВКИ

Запровадження технологічних інновацій в Україні сьогодні ускладнено браком власних обігових коштів підприємств харчової промисловості, обмеженістю державної підтримки та інвестування, що спричиняє низький рівень їх технічної оснащеності. На підприємствах знижуються обсяги запровадження досягнень науки та технологій, поглиблюється розрив між науковими установами та виробництвом.

За результатами аналізу сучасних тенденцій, визначено низку технологічних чинників макромаркетингового середовища ринку продуктів харчування для дітей шкільного віку. До їх числа віднесено застарілість технологій та рецептур виготовлення страв, матеріально-технічної та виробничо-технологічної бази підприємств, що забезпечують процес харчування дітей у закладах освіти. Шкільні їдальні здебільшого застарілі за будівельно-конструкторськими рішеннями, не мають привабливого зовнішнього вигляду. Модернізація та оновлення системи харчового сервісу у закладах середньої освіти ускладнено у зв'язку з браком коштів. До того ж оновленню шкільного харчового сервісу перешкоджає те, що персонал шкіл здебільшого працює за старими шаблонами, не прагне впроваджувати інновації, часто бракує кваліфікованого персоналу, здатного запроваджувати зміни у харчовому сервісі.

Низький інноваційний потенціал провокує неспроможність запроваджувати нові технології та здійснювати високовитратні інноваційні зміни.

Розвиток харчових технологій спричиняє збільшення частоти вживання дітьми рафінованих, синтезованих, надмірно оброблених термічно продуктів харчування із додаванням штучних хімічних домішок, замінників, підсилювачів смаку, барвників, ароматизаторів тощо. Паралельно з цим зростає популярність нових технологій виробництва оздоровчих харчових продуктів з різних видів сировини, підприємства запроваджують технології додаткового збагачення продуктів вітамінами та мінеральними речовинами.

Підприємства продовольчого комплексу та закладів громадського харчування запроваджують ресурсощадні технології виготовлення та зберігання страв, пропонують відвідувачам нові привабливі формати громадського харчування. Поширення інформаційних технологій супроводжується зростанням чисельності користувачів Інтернету, соціальних мереж та мобільних пристроїв серед дітей та молоді, заклади прагнуть застосовувати нові форми просування бізнесу через соціальні мережі, створюють мобільні додатки тощо. Світова практика сервісних інновацій розширяє спектр надання додаткових зручностей відвідувачам закладів громадського харчування, збільшується обсяги безготівкових розрахунків та безконтактних платежів.

Визначені технологічні чинники макромаркетингового середовища ринку продуктів харчування для дітей шкільного віку потребують аналізу з огляду на силу та вектор їх впливу на стан ринку та перспективи його подальшого розвитку, що формує завдання для подальшого наукового пошуку.

#### Література:

1. Darya G. Legeza, Thomas A. Brunner, Yukilay K. Kerimova, Tatyana V. Kulish, Anastasia S. Konovalenko (2019), "A model of consumer buying behavior in relation to eco-intelligent products in catering", *Innovative Marketing*, Volume 15, Issue 1, pp. 54–65, [http://dx.doi.org/10.21511/im.15\(1\).2019.05](http://dx.doi.org/10.21511/im.15(1).2019.05)
2. The Global Innovation Index (2017), "Global Innovation Index 2017: Innovation Feeding the World", available at: <https://www.globalinnovationindex.org/gii-2017-report> (Accessed 15 September 2019).
3. The Global Innovation Index (2019), "Global Innovation Index 2019: Creating Healthy Lives-

The Future of Medical Innovation", available at: <https://www.globalinnovationindex.org/userfiles/file/reportpdf/gii-full-report-2019.pdf> (Accessed 15 September 2019).

4. Білоткач І.А. Маркетинговий механізм виробництва та збуту органічної продукції / І.А. Білоткач // Органічне виробництво і продовольча безпека: [зб. матеріалів доп. учасн. III Міжнар. наук.-практ. конф.]. — Житомир: Полісся, 2015. — С. 84—88.

5. Вознюк О.І. Перспективи розвитку виробництва органічних молочних продуктів в Україні та світі / О.І. Вознюк // Аграрна наука та харчові технології. — № 1 (95). — 2017. — С. 189—198.

6. Грудцина Ю.В. Інноваційна діяльність в Україні: аналіз та прогнозування. Бізнес Інформ. 2019. №2. С. 78—84. <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2019-2-78-84>

7. Ковальчук С.В. Маркетингове забезпечення інноваційного розвитку промислових підприємств / С.В. Ковальчук // Вісник Донецького національного університету. Сер. В: Економіка і право. — 2012. — Т. 2. — С. 138—141.

8. Коноваленко А.С. Визначення споживчого статусу дитини у маркетингу продуктів харчування / А.С. Коноваленко // Сучасні наукові дослідження на шляху до євроінтеграції: матеріали міжнародного науково-практичного форуму (21—22 червня 2019 р.), Таврійський державний агротехнологічний університет імені Дмитра Моторного, Мелітополь. — Ч. 2. — С. 188—190.

9. Кравчук А.В. Сучасний стан і перспективи розвитку інноваційної діяльності промислових підприємств України / А.В. Кравчук, П.Г. Перерва // Бізнес Інформ = Business Inform. — 2018. — № 7. — С. 57—65.

10. Наукова та інноваційна діяльність України, 2017 рік // Державна служба статистики України: статистична інформація, URL: [http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat\\_u/2018/zb/09/zb\\_nauka\\_2017.pdf](http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2018/zb/09/zb_nauka_2017.pdf)

11. Наукова та інноваційна діяльність України, 2019 рік // Державна служба статистики України: статистична інформація, URL: [http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat\\_u/2019/zb/09/zb\\_nauka\\_2018.pdf](http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2019/zb/09/zb_nauka_2018.pdf)

12. Новосельчук Н.Є. Напрями архітектурно-художнього вирішення інтер'єрів закладів громадського харчування / Н.Є. Новосельчук // Архітектурний вісник КНУБА. — 2017. — Вип. 11—12. — С. 448—453.

13. Пилипенко О.Є. Розвиток харчової промисловості України / О.Є. Пилипенко // Scientific Works of NUFT 2017. Volume 23, Issue 3. С. 15—25.

14. Поддєрьогін А.М. Інновації та їх фінансове забезпечення в харчовій промисловості України / А.М. Поддєрьогін, А.В. Корнилюк // Фінанси України. — 2009. — № 11. — С. 94—100.

15. Поліщук Г.Є. Пастоподібні молоковмісні продукти для харчування військовослужбовців / Г.О. Сумахіна, Т.В. Семко, І.М. Устименко // Аграрна наука та харчові технології. — Вип. № 1 (90). — Вінниця. — 2015. — С. 187—199.

16. Про встановлення загальних принципів і вимог законодавства про харчові продукти, створення Європейського органу з безпечності харчових продуктів і встановлення процедур у питаннях, пов'язаних із безпечністю харчових продуктів: Регламент (ЄС) № 178/2002 від 28 січня 2012 р. (ОВ L 031, 1.2.2002 року, С. 1).

17. Про загальну середню освіту: Закон України від 13 травня 1999 року № 651-XIV / Верховна Рада України. Відомості Верховної Ради України. 1999. № 28. Ст. 230.

18. Скупський Р.Р. Харчова промисловість: аспекти дослідження сучасних проблем та тенденцій розвитку / Р.М. Скупський, Т.Г. Меліх // Вісник ХНАУ ім. В.В. Докучаєва. Серія "Економічні науки". — 2016. — № 2. — С. 335—347.

19. Стан інноваційної діяльності та діяльності у сфері трансферу технологій в Україні у 2017 році: аналітична довідка [Електронний ресурс] / Т.В. Писаренко, Т.К. Кваша та ін. — К.: УкрІНТЕІ, 2018. — 98 с. — Режим доступу: <https://mon.gov.ua/storage/app/media/innovatsii-transfer-tehnologiy/monitoring-prioritet/stan-id-2017-f.pdf>

20. Старостіна А.О. Методологія і практика маркетингових досліджень в Україні: дис. ...доктора економ. наук: 08.06.02 / Старостіна Алла Олексіївна. — К., 1999. — 375 с.

#### References:

1. Darya G. Legeza, Thomas A. Brunner, Yukulay K. Kerimova, Tatyana V. Kulish, Anastasia S. Konovalenko (2019), "A model of consumer buying behavior in relation to eco-intelligent products in catering", *Innovative Marketing*, Volume 15, Issue 1, pp. 54—65, [http://dx.doi.org/10.21511/im.15\(1\).2019.05](http://dx.doi.org/10.21511/im.15(1).2019.05)

2. The Global Innovation Index (2017), "Global Innovation Index 2017: Innovation Feeding the World", available at: <https://www.globalinnovationindex.org/gii-2017-report> (Accessed 15 September 2019).

3. The Global Innovation Index (2019), "Global Innovation Index 2019: Creating Healthy Lives-The Future of Medical Innovation", available at: <https://www.globalinnovationindex.org/userfiles/file/reportpdf/gii-full-report-2019.pdf> (Accessed 15 September 2019).



4. Bilotkach, I. A. (2015), "Marketing mechanism of production and marketing of organic products", *Orhanichne vyrobnytstvo i prodovolcha bezpeka: zb. materialiv dop. uchasn. III Mizhnar. nauk.-prakt. konf. [Organic production and food security: [Coll. materials of add. participating Third International. Research Practice conf.]*, Polissia, Zhytomyr, Ukraine, pp. 84—88.

5. Vozniuk, O. I. (2017), "Prospects for the development of organic dairy production in Ukraine and the world", *Ahrarna nauka ta kharchovi tekhnolohii*, pp. 189—198.

6. Hrudtsyna, Yu. V. (2019), "Innovative activity in Ukraine: analysis and forecasting", *Biznes Inform*, vol. 2, pp. 78—84. <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2019-2-78-84>

7. Kovalchuk, S. V. (2012), "Marketing support of innovative development of industrial enterprises", *Visnyk Donetskooho natsionalnoho universytetu. Ser. V: Ekonomika i pravo*, vol. 12 (2), pp. 138—141.

8. Konovalenko, A. S. (2019), "Determination of the child's consumer status in food marketing", *Suchasni naukovi doslidzhennia na shliakhu do yevrointehratsii: zb. materialiv Mizhnar. nauk.-prakt. forumu [Modern science on the way to Eurointegration: assembly of materials International science-practical forum]*, THATU, Melitopol, Ukraine, pp. 188—190.

9. Kravchuk, A. V. and Pererva, P. G. (2018), "The current state and prospects of innovation activity of industrial enterprises of Ukraine", *Biznes Inform*, vol. 7, pp. 57—65.

10. State Statistics Service of Ukraine: statistical information (2018), "Scientific and Innovative Activity of Ukraine, 2017", available at: [http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat\\_u/2018/zb/09/zb\\_nauka\\_2017.pdf](http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2018/zb/09/zb_nauka_2017.pdf) (Accessed 15 September 2019).

11. State Statistics Service of Ukraine: statistical information (2019), "Scientific and Innovative Activity of Ukraine, 2018", available at: [http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat\\_u/2019/zb/09/zb\\_nauka\\_2018.pdf](http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2019/zb/09/zb_nauka_2018.pdf) (Accessed 15 September 2019).

12. Novoselchuk, N. Ie. (2017), "Areas of architectural and artistic solution of the interiors of catering establishments", *Arkhitekturnyi visnyk KNUBA*, vol. 11—12, pp. 448—453.

13. Pylypenko, O. Ie. (2017), "Development of the food industry of Ukraine", *Scientific Works of NUFT 2017*, vol. 23, Issue 3, pp. 15—25.

14. Poddierohin, A. M. and Kornyluk, A. V. (2009), "Innovations and their financial support in the food industry of Ukraine", *Finansy Ukrainy*, vol. 11, pp. 94—100.

15. Polishchuk, H. Ie. Sumakhina, H. O. Semko, T.V. and Ustymenko, I.M. (2015), "Pasty milk-containing foodstuffs for servicemen", *Ahrarna nauka ta kharchovi tekhnolohii*, Vinnytsia, vol. 1 (90), pp. 187—199.

16. EC (2012), "Regulation "Establishing the general principles and requirements of food law, setting up a European Food Safety Authority and establishing procedures in food safety matters", No 178/2002 of 28 January 2012 (OJ L 031, 1.2.2002, C. 1).

17. The Verkhovna Rada of Ukraine (1999), *The Law of Ukraine "On general secondary education"*, *Vidomosti Verkhovnoyi Rady Ukrayiny*, vol. 28, p. 230.

18. Skupskyi, R. R. and Melikh, T. H. (2016), "Food industry: aspects of research of current problems and tendencies of development", *Visnyk KhNAU im. Dokuchaieva, V.V. Seriiia "Ekonomichni nauky"*, vol. 2, pp. 335—347.

19. Pysarenko, T. V. Kvasha, T. K. (2018), "State of Innovation and Technology Transfer Activity in Ukraine in 2017: Analytical Reference", *UkrINTEI*, Kiev, Ukraine, available at: <https://mon.gov.ua/storage/app/media/innovatsii-transfer-tehnologiy/monitoring-prioritet/stand-id-2017-f.pdf> (Accessed 15 September 2019).

20. Starostina, A.O. (1999), "Methodology and Practice of Marketing Research in Ukraine", *Abstract of Ph.D. dissertation, Entrepreneurship, management, marketing*, Taras Shevchenko National University of Kyiv, Kyiv, Ukraine.

*Стаття надійшла до редакції 01.02.2020 р.*

[www.economy.nauka.com.ua](http://www.economy.nauka.com.ua)

Електронне фахове видання

Ефективна  
**ЕКОНОМІКА**

**Виходить 12 разів на рік**

Журнал включено до переліку наукових фахових видань України з ЕКОНОМІЧНИХ НАУК (Категорія «Б»)

Спеціальності – 051, 071, 072, 073, 075, 076, 292

e-mail: [economy\\_2008@ukr.net](mailto:economy_2008@ukr.net)

тел.: (044) 223-26-28

(044) 458-10-73