**МАРКЕТИНГОВА ДІЯЛЬНІСТЬ ШОКОЛАДНОЇ ФАБРИКИ: АСПЕКТИ ЕНЕРГОЗБЕРЕЖЕННЯ, СТАЛОГО РОЗВИТКУ**

**Касян С.Я.1, Шебанов О.Б.1, Лиман А.В.1**

*1НТУ «Дніпровська політехніка», Дніпро, Україна*

e-mail: syakasian@ukr.net

Ураховуючи певну конфігурацію кризових подій в Україні на світі, що негативно чинять вплив на організацію бізнес-процесів та логістичну, маркетингову діяльність підприємств нашої держави, доцільно комплексно аналізувати удосконалення самої системи розвитку маркетингу [1].

На підприємстві ТОВ «Малбі Фудз» слушно розв’язується проблема надмірного використання енергетичних ресурсів, недостатнього застосування цифрових інструментів та перехід на технології, у яких передбачено використання енергії альтернативних джерел, що дозволяє формувати економіку сталого розвитку, що є пріоритетним напрямом в Україні на сьогодні та сприятиме відновленню після війни [2; 3]. В умовах інтерактивних товарних потоків вагомим є створення концептуальних екологічних та економічних основ цифрових, еко-інноваційних стратегій за рахунок створення логістичної інфраструктури, організаційної підтримки рециклінгу, біорізноманіття міст ЄС та України [2; 3].

Об’єкт дослідження – процес маркетингової діяльності в умовах сталого розвитку. Предмет дослідження – методи формування та управління маркетинговою стратегією позиціонування підприємства.

Основними задачами дослідження є такі, як:

- вивчити сучасні науково-методичні основи до формування заходів стратегічного розвитку маркетингу в умовах кризи;

- виявити стан внутрішніх сил та методи управління маркетинговою стратегією виробничого підприємства в умовах сталого розвитку [1; 4].

Доцільно розроблювати програму дослідження маркетингової стратегії ТОВ «Малбі Фудз», яка повинна містити такі складові, як: вибір методів та інструментів дослідження, особливості збору інформації, формування висновків та рекомендацій та ін. Така програма має бути узгоджена із формуванням стратегічної карти. При цьому доцільно удосконалювати теоретико-методологічні засади просування екологічних, енергозберігаючих інновацій високотехнологічних підприємств у системі холістичного цифрового маркетингу в межах концепції сталого розвитку [2; 3].

Шоколадна фабрика “Millennium” випускає цукерки і шоколад під брендами “Millennium”, “Любимов”, “Oskar le Grand”, “Любимов Kids” і “Золотий Запас” [4]. Фабрика єдина в Україні отримала ліцензію і право офіційно представляти і випускати солодощі для дітей під TM “Disney” з 2008 р. Компанія підтверджує свою конкурентоспроможність на найбільшій європейській виставці кондитерських виробів ISM (м. Кельн, Німеччина, ЄС). Закордонний збут шоколаду - Австралія і Філіппіни, США і ОАЕ, країни ЄС (біля двох десятків країн). За результатами незалежних досліджень торгівельна марка “Millennium” була визнана загальновідомою в Україні – більш, нiж 85% населення країни знайомі з продукцією фабрики [5].

ТОВ «Малбі Фудз» у 2021-2023 рр. збільшило виручку на 76% (на 1716 млн. грн., у т.ч. за рахунок вартості випуску продукції на 1340 млн. грн.), що дозволило наростити чистий прибуток на 14 млн. грн., рентабельність діяльності при цьому скоротилася на 0,07% (до 0,92% в 2023 р.) [6]. Базуючись на стрімкому впровадженні цифрових інструментів та технологій доцільним є аналізування створення логістичного і комунікаційного забезпечення функціонування високотехнологічних кластерів, спрямованих на впровадження інноваційних енергозберігаючих технологій на базі альтернативних джерел енергії [2; 3].

Фахівці відмічають, що харчова промисловість України є достатньо ефективною у рамках кондитерського сектору. Спостерігається позитивна динаміка зміни обсягів виробництва кондитерської галузі, що створює вікно можливостей задля розвитку міжнародної маркетингової діяльності, зокрема на ринках ЄС.

**Перелік джерел посилання:**

1. Біловодська О. А. Маркетингова політика розподілу інноваційної продукції промислових підприємств. монографія. К. : ЦУЛ, 2018. 462 с.

2. Касян С. Я. Маркетинговий розподіл інноваційної продукції високотехнологічних підприємств на основі віртуального забезпечення та екологістики. *Економічний вісник НТУУ «КПІ імені Ігоря Сікорського».* 2019. №16. С. 326–339.

3. Касян С. Я., Шостек Д. Забезпечення цифрового інтегрування логістичних потоків між підприємствами в Україні і Польщі. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Серія: Логістика:* Збірник наукових праць. Голова Редакційно-видавничої ради д-р екон. наук, професор Н. І. Чухрай. Львів : Видав-во Львівської політехніки. 2018. №892. С. 90–99 (292 с.).

4. Офіційний сайт компанії Millennium. URL: http://millennium.dp.ua/ua/

5. Офіційні відомості ТОВ «Малбі Фудз». URL: <https://clarity-project.info/edr/32998661>

6. Фінансова звітність ТОВ «Малбі Фудз» за 2021-2023 рр.