

УДК 339.137.22

JEL classification: D22, D41, D42, D43

Світлана РОЗУМЕЙ

кандидат економічних наук,
доцент,
кафедра маркетингу,
Національний університет харчових
технологій, Україна
E-mail: rozumeisvetlana@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0002-0044-7043>
<http://www.researcherid.com/rid/F-5676-2019>

Ксенія СЕМІДЕЙ

Національний університет харчових
технологій, Україна
E-mail: sksenija98@gmail.com

© Світлана Розумей,
Ксенія Семідей, 2019

Отримано: 05.06.2019 р.
Прорецензовано: 10.06.2019 р.
Рекомендовано до друку: 12.06.2019 р.
Опубліковано: 26.06.2019 р.



Ця стаття розповсюджується на умовах ліцензії Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0, яка дозволяє необмежене повторне використання, розповсюдження та відтворення на будь-якому носії, за умови правильного цитування оригінальної роботи.

Світлана Розумей (Україна)
Ксенія Семідей (Україна)

ОЦІНЮВАННЯ СТАНУ КОНКУРЕНЦІЇ НА РИНКУ ЖИРООЛІЙНОЇ ПРОДУКЦІЇ УКРАЇНИ

Анотація

Вступ. Активність конкурентного середовища визначається силою протидії конкурентів у боротьбі за споживачів. Визначення показників, що характеризують стан конкуренції на ринку, дає можливість його гравцям ухвалювати обґрунтовані рішення, вигідні для всіх учасників.

Мета. Метою дослідження є визначення стану конкуренції на ринку жиросодержущої продукції України на основі сучасних підходів із застосуванням «закону великих чисел» та розробка рекомендацій щодо подальшого розвитку галузі.

Метод (методологія). При підготовці статті використовувалися загальнонаукові та емпіричні методи наукового дослідження, а саме: системний метод, метод узагальнення та опису.

Результати. З метою оцінювання конкурентної ситуації на ринку жиросодержущої продукції України визначено ринкові частки конкурентів, розраховано індекс концентрації ринку, чотиричастковий показник концентрації, індекс Херфінделя-Хіршмана, індекс Розенблюта. У ході дослідження показників конкуренції встановлена необхідність застосування «закону великих чисел» для визначення часток великої кількості малих підприємств на ринку, без втрати точності і правильності розрахунків показників конкуренції.

Дослідження показників конкуренції жиросодержущої продукції в Україні у 2016-2017 рр. показало, що ринок був немонополізованим, низькоконцентрованим та з високою інтенсивністю конкуренції. Така ситуація відповідає інтересам всіх учасників ринку та потребує підтримки такого ж стану у майбутньому.

Розумей С. Б., Семідей К. О. Оцінювання стану конкуренції на ринку жиросодержущої продукції України. *Економічний аналіз*. Тернопіль. 2019. Том 29. № 2. С. 87-94.

DOI: <https://doi.org/10.35774/econa2019.02.087>

Ключові слова: ринкова частка; індекс концентрації ринку; чотиричастковий показник концентрації; індекс Херфінделя-Хіршмана; індекс Розенблюта.

UDC 339.137.22

JEL classification: D22, D41, D42, D43

Svitlana ROZUMEI

PhD in Economics,
Associate Professor,
Department of Marketing,
National University of Food Technologies, Ukraine
E-mail: rozumeisvetlana@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0002-0044-7043>
<http://www.researcherid.com/rid/F-5676-2019>

Kseniia SEMIDEY

National University of Food Technologies, Ukraine
E-mail: sksenija98@gmail.com

© Svitlana Rozumei,
Kseniia Semidey, 2019

Received: 05.06.2019

Revised: 10.06.2019

Accepted: 12.06.2019

Online publication date: 26.06.2019



This is an Open Access article, distributed under the terms of the Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 license, which permits unrestricted re-use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

Svitlana Rozumei (Ukraine)
Kseniia Semidey (Ukraine)

COMPETITION STATE ESTIMATION AT THE MARKET OF FAT-AND-OIL PRODUCTION OF UKRAINE

Abstract

Introduction. The active state of competition environment is determined by the counter-force of competitors to draw customers. Indicators determination that characterize the state of competition at the market give an opportunity for market players to make good decisions for all participants.

Purpose. The article aims to determine the state of competition at the fat-and-oil production market of Ukraine according to the given approaches with the use of "large numbers law" and formulation of recommendations of further industry development.

Method (methodology). The general scientific and empirical methods of scientific research have been used in this article. They are the system method, method of generalization and description.

Results. In order to estimate the competitive situation of fat-and-oil market in Ukraine the market share of competitors has been determined. The market concentration index, four-particle index of concentration, Herfindahl-Hirschman Index and Rosenbluet Index have been calculated. During the research of competitive indicators, it has been determined the necessity to apply "large numbers law" for defining the shares of large number of small enterprises in the market, without losing accuracy and correct calculations of competitive indicators.

Investigation of competition indicators of fat-and-oil products in Ukraine in 2016-2017 showed the market had not been monopolized. Its main characteristics are low concentration and high intensity of competition. This situation meets interests of all participants of the market and needs the same support in future.

Rozumei, S. Semidey, K. (2019). Competition state estimation at the market of fat-and-oil production of Ukraine. *Economic analysis*, 29 (2), 87-94.

DOI: <https://doi.org/10.35774/econa2019.02.087>

Keywords: market share; index of market concentration; four-particle index of concentration; Herfindahl-Hirschman Index; Rosenbluet Index.

Вступ

Створення власного бізнесу, а також обґрунтування та реалізація будь-якого інвестиційного, інноваційного проекту вимагають оцінки цільового ринку. Оцінка цільового ринку здійснюється з метою виявлення можливостей і загроз зовнішнього середовища для підприємства з метою вироблення та формулювання його стратегії і тактики поведінки. Оцінка цільового ринку передбачає аналіз конкуренції як ключового фактору, що впливає на підприємство. Залежно від інтенсивності конкуренції підприємство розробляє свою товарну, цінову, збутову та комунікаційну політику. Конкуренція є одним з важливих інструментів ринку. Вона дозволяє відібрати кращі індивідуальні рішення для учасників ринкових відносин, є способом відкриття нового для суспільства. Саме ринкова конкуренція вибирає найбільш життєздатні інновації, найкращі продукти та технології, які будуть прийняті споживачами.

Для успішного функціонування на ринку кожне промислове підприємство намагається збільшити свою частку та ефективно протидіяти конкурентам. Досягнення цієї мети передбачає постійний

www.econa.org.ua

аналіз та прогнозування кон'юнктури ринку, а також здійснення моніторингу конкурентного середовища підприємства.

Вивчення публікацій з обраної тематики виявило, що на теоретичні і практичні аспекти оцінювання стану конкуренції товарних ринків звертали значну увагу як іноземні вчені (М. Портер, Ж.-Ж. Ламбен, Х. Салаі-Мартін), так і дослідники країн пострадянського простору (Г. Азоев, С. Єрохін, Я. Жаліло, Я. Базиліук, В. Реутов, Р. Фатхутдінов).

Активність конкурентного середовища визначається силою протидії конкурентів у боротьбі за споживачів на певному товарному ринку. Характеристиками, що визначають стан конкуренції, є її інтенсивність на ринку, ступінь монополізації та ступінь концентрації ринку. Визначення цих показників прямо залежить від особливостей розподілу ринкових часток між конкурентами.

Для дослідження стану конкуренції на ринку фахівцями запропоновано декілька підходів, які чітко визначають механізм розрахунку певних показників. Насамперед це розрахунок частки реалізації продукції підприємства на певному товарному ринку (сегменті ринку). У ході дослідження показників конкуренції встановлено, що найважчим завданням, яке стоїть перед науковцем, є визначення частки всіх підприємств на ринку. Ця задача є складною, а інколи її практично неможливо розв'язати, оскільки об'єктів дослідження є достатньо багато, а їхня частка іноді є мізерною. У роботі запропоновано підхід, заснований на «законі великих чисел» (law of large numbers) Д. Канемана. Він стверджує, що емпіричне (арифметичне) середнє скінченної вибірки із фіксованого розподілу близьке до теоретичного середнього (математичного сподівання) цього розподілу. Зазначений підхід дає можливість визначати показники, що характеризують стан конкуренції на ринку, не маючи точних даних по кожному малому виробнику цього ринку. При цьому не втрачається точність і правильність розрахунків цих показників.

Мета статті

Метою дослідження є оцінювання стану конкуренції на ринку жиролійної продукції України на основі сучасних методик, з використанням закону великих чисел для спрощення роботи з важкодоступним масивом даних. На основі проведених розрахунків планується розробка рекомендацій щодо подальшого розвитку галузі.

Виклад основного матеріалу дослідження

З метою дослідження конкурентної ситуації в галузі найчастіше використовують індекс концентрації ринку, чотиричастковий показник

концентрації, індекс Херфіндаля, індекс Херфінделя-Хіршмана, індекс Розенблюта, індекс Холла-Тайдмана та коефіцієнта відносної концентрації. Вони дозволяють оцінити розподіл ринкових часток між конкурентами та визначити інтенсивність конкуренції, ступінь монополізації та ступінь концентрації певного товарного ринку. Формули розрахунку та характеристики цих показників наведемо нижче.

Для досягнення мети дослідження – оцінювання стану конкуренції на ринку жиролійної продукції України – застосуємо деякі з них.

Частка ринку є традиційним інструментом, за допомогою якого можна оцінити ефективність діяльності будь-якого підприємства, а також спрогнозувати подальші перспективи його розвитку. Цей показник демонструє, яке місце займає фірма на відповідному ринковому сегменті щодо своїх конкурентів. Варто зазначити, що кількісне відображення частки ринку можна отримати шляхом обчислення відсоткового співвідношення обсягу продажів до загальних показників обсягів продажів продукції, яка належить до однієї і тієї ж групи. Тут мова йде про структуру саме реалізованої (а не виготовленої) продукції у вартісному виразі, оскільки цей показник найлегше підлягає статистичній обробці. Частка ринку відображає, наскільки результативну маркетингову діяльність веде підприємство. Частку фірми можна розрахувати не тільки на ринку, але і для окремого сегмента.

Визначимо структуру реалізації продукції жиролійних підприємств України у вартісному вигляді (табл. 2).

2017 маркетинговий рік характеризувався скороченням виробництва олії соняшникової нерафінованої через зменшення валового збору насіння соняшнику урожаю 2017 року та відповідно його переробки. За звітний період виробництво маргаринової продукції та жирів спецпризначення зросло на 14,6 %, майонезу та соусів – на 5,2 %. Обсяги виробництва соєвої олії зросли на 23,1 %, ріпакової олії – на 73,7 % у зіставленні з відповідним періодом минулого маркетингового року, але ці обсяги незначні (особливо це стосується ріпакової олії) через вивезення сировини за межі України [3].

Однією з характеристик, що відображає стан конкуренції, є рівень концентрації підприємств на ринку. Він визначається індексом концентрації і розраховується за формулою (1). Значення CR_3 для трьох найбільших підприємств означає: $CR_3 < 45\%$ – ринок низькоконцентрований; $45\% < CR_3 < 70\%$ – ринок помірно концентрований; $CR_3 > 70\%$ – ринок висококонцентрований.

Таблиця 1. Характеристики показників стану конкуренції

Показник	Характеристика показника
Індекс концентрації (CR_i)	$CR_i = \sum_{i=1}^n q_i, \quad (1)$ <p>де CR_i – індекс концентрації певної кількості (n) підприємств, %; q_i – частка продажу i-го підприємства, %</p>
Чотиричастковий показник концентрації (CR_4)	$CR_4 = \frac{OP_1 + OP_2 + OP_3 + OP_4}{OP}, \quad (2)$ <p>де OP – загальний обсяг реалізації продукції заданого асортименту, тис. грн; OP_i – обсяг реалізації i-го підприємства, тис. грн.</p>
Індекс Херфіндаля (I_H)	$I_H = \sum Di^2 \text{ або } I_h = 1000 * Di^2, \quad (3)$ $Di = OP_i / OP, i = 1 \dots n$ <p>де Di – це частка i-го підприємства в загальному обсязі реалізації продукції певного асортименту. Значення індексу Херфіндала збільшується у міру зростання концентрації в галузі і досягає 1 при чистій монополії.</p>
Індекс Херфіндаля-Хіршмана (I_{HH})	$I_{HH} = \sum_{i=1}^m q_i^2 \quad (4)$ <p>де q_i – частка продажу кожного з підприємств галузі, $i = 1, \dots, m$.</p>
Індекс Розенблюта (I_R)	$I_R = \frac{1}{2 \sum (i * D_i) - 1}, i = 1, 2, \dots, n \quad (5)$ <p>i – порядковий номер підприємства, отриманий на основі ранжування часток від максимуму до мінімуму</p>
Індекс Холла-Тайдмана	$HT = 1 / (2 \sum_{i=1}^m R_i q_i - 1), \quad (6)$ <p>де HT – індекс Холла-Тайдмана; R_i – позиція (ранг) підприємства на ринку; q_i – частка продажу цих самих підприємств у загальному обсягу. Якщо $HT = 1$ – ринок висококонцентрований, монопольний; $HT = \frac{1}{m}$ – ринок неконцентрований</p>
Коефіцієнт відносної концентрації	$K = (20 + 3\beta) / \alpha, \quad (7)$ <p>де K – коефіцієнт відносної концентрації; β – частка найбільших підприємств у загальній кількості учасників ринку, %; α – частка продажу цих самих підприємств у загальному обсягу продажу, %. Якщо $K > 1$ – ринок неконцентрований; $K < 1$ – ринок висококонцентрований.</p>

*За даними [1; 2].

Таблиця 2. Динаміка структури реалізованої жиросімейної продукції в Україні

№ п/п	Найменування фірми	Реалізовано продукції в вартісному виразі, тис. грн		Структура реалізованої продукції за виробниками, %		Відхилення у структурі, %
		2016 рік	2017 рік	2016 рік	2017 рік	
1	ТОВ «Європейська Транспортна Стивідорна компанія» (Bunge)	5046508	4405999	7,4	7,2	-0,2
2	ТОВ «Оптімусагротрейд»	4432744	4161221	6,5	6,8	0,3
3	ПрАТ «Вінницький олійножировий комбінат» (ViOil)	3477999	3610471	5,1	5,9	0,8
4	ТОВ «Українська чорноморська індустрія» («Кернел»)	3955371	3120916	5,8	5,1	-0,7
5	ТОВ «Бандурський маслоекстракційний завод» («Кернел»)	3205215	2814943	4,7	4,6	-0,1
6	ТОВ «Придніпровський маслоекстракційний завод» («Кернел»)	3068823	2937332	4,5	4,8	0,3
7	Allseeds Group	3273411	2814943	4,8	4,6	-0,2
8	ТОВ «АДМ»	3137019	2447777	4,6	4,0	-0,6
9	ПрАТ «Дніпропетровський маслоекстракційний завод» (Bunge)	3000627	2325388	4,4	3,8	-0,6
10	ПрАТ «Полтавський олійноекстракційний завод» («Кернел»)	2932431	2325388	4,3	3,8	-0,5
11	Інші	32665912	30230045	47,9	49,4	1,5
	Разом	68196059	61194424	100	100	x

*Складено та розраховано за [1; 2].

Для жиросімейного ринку України індекс концентрації дорівнює:

$$CR_{3, 2016} = 7,4 + 6,5 + 5,1 = 19 \%$$

$$CR_{3, 2017} = 7,2 + 6,8 + 5,9 = 19,9 \%$$

Дослідження стану жиросімейного ринку України показали, що він є низькоконцентрованим. Протягом 2017 року рівень концентрації на ньому зріс майже на одиницю. Це показує, що три найбільші підприємства разом збільшили свою ринкову частку, але ця ситуація не є критичною.

Для оцінювання ступеня монополізації ринку використовують чотиричастковий показник конкуренції CR_4 (формула (2)). Він є загальною часткою 4-х перших підприємств ринку, які реалізують максимальний обсяг продукції в загальному обсязі реалізації продукції на певному ринку. Так, якщо CR_4 перевищує 75 %, вводиться обмеження на злиття підприємств, оскільки цей ринок розглядається як об'єкт монополізації

практики. Суттєвим недоліком показника конкуренції є його нечутливість до різних варіантів розподілу часток між конкурентами [2, с.55].

Дані досліджень показали, що найбільшими гравцями на жиросімейному ринку України є ТОВ «Європейська транспортна стивідорна компанія» (Bunge), ТОВ «Оптімусагротрейд», ПрАТ «Вінницький олійножировий комбінат» (ViOil) та ТОВ «Українська чорноморська індустрія» («Кернел»). Зробивши розрахунок чотиричасткового показника конкуренції для жиросімейної галузі України, маємо:

$$CR_{4, 2016} = (4432744 + 5046508 + 3477999 + 3955371) / 68196059 = 0,248$$

$$CR_{4, 2017} = (4161221 + 4405999 + 3610471 + 3120916) / 61194424 = 0,25$$

З розрахунків бачимо, що зміни на ринку жиросімейної продукції протягом аналізованого періоду майже не відбулися. Оскільки

www.econa.org.ua

чотиричастковий показник конкуренції у 2016 та 2017 роках був на рівні 25 %, при критичному значенні 75 %, то можна сказати, що ринок є монополізованим, тобто нормальним для конкуренції.

Ще один показник, за допомогою якого оцінюють ступінь монополізації ринку, – коефіцієнт Херфіндаля-Хіршмана (ННІ). Цей показник є сумою квадратів ринкових часток усіх підприємств галузі. Індекс Херфіндаля-Хіршмана може набувати значення від 0 (повна децентралізація виробництва) до 10000 (абсолютна монополія) [1, с. 77].

Збираючи інформацію про частки реалізації продукції підприємств певної галузі, науковці достатньо часто стикаються з труднощами отримання правдивих даних, особливо, якщо це стосується великої кількості малих підприємств. Для деяких методів дослідження ця інформація може бути розрахована завдяки застосуванню «закону великих чисел», при цьому буде нівельований негативний вплив відсутності точних

даних та досягнута можливість зробити правильні висновки.

За даними Державної служби статистики на ринок жиролійної продукції в Україні у 2016 р. діяло 535 підприємств, у 2017 р. – 590 підприємств. Обсяги реалізованої продукції найбільших 10 підприємств галузі вдалося визначити. Дані по 525/580 малих підприємствах визначити проблематично. Сумарні обсяги реалізації продукції складають у 2016 р. 32665 тис. грн = $(535 - 10) * 62,22$ тис. грн, сукупна частка ринку – 47,9 %, у 2017 р. 30230 тис. грн = $(590 - 10) * 52,12$ тис. грн, сукупна частка ринку – 49,4 % [4]. У межах нашого дослідження припустимо, що частки ринку малих підприємств були однакові, тобто частка одного підприємства на ринку буде складати у 2016 р. приблизно 0,091 %, а у 2017 р. – 0,085 %. Це припущення дозволить отримати достовірні результати дослідження завдяки застосуванню «закону великих чисел». Розрахунок індекса Херфіндаля-Хіршмана за формулою (4) наведено в табл. 3.

Таблиця 3. Розрахунок індексу Херфіндаля-Хіршмана для жиролійної галузі України

№ п/п	Найменування фірми	Ринкові частки (S), %		S ² , %	
		2016 рік	2017 рік	2016 рік	2017 рік
1	ТОВ «Європейська транспортна стивідорна компанія» (Bunge)	7,4	7,2	54,76	51,84
2	ТОВ «Оптімусагротрейд»	6,5	6,8	42,25	46,24
3	ПрАТ «Вінницький олійножировий комбінат» (ViOil)	5,1	5,9	26,01	34,81
4	ТОВ «Українська чорноморська індустрія» («Кернел»)	5,8	5,1	33,64	26,01
5	ТОВ «Бандурський маслоекстракційний завод» («Кернел»)	4,7	4,6	22,09	21,16
6	ТОВ «Придніпровський маслоекстракційний завод» («Кернел»)	4,5	4,8	20,25	23,04
7	Allseeds Group	4,8	4,6	23,04	21,16
8	ТОВ «АДМ»	4,6	4	21,16	16
9	ПрАТ «Дніпропетровський маслоекстракційний завод» (Bunge)	4,4	3,8	19,36	14,44
10	ПрАТ «Полтавський олійноекстракційний завод» («Кернел»)	4,3	3,8	18,49	14,44
11	Інші*	0,091* 525	0,085* 580	0,091 ² *525 = 4,35	0,085 ² *580 = 4,19
	Разом	100	100	285,40	273,33

*Складено та розраховано авторами.

**До розрахунку даних застосовано «закон великих чисел».

Розрахунок індексу Херфіндаля-Хіршмана для жиролійної галузі України показав, що ринок є монополізованим, тобто нормальним для конкуренції, протягом досліджуваного періоду, оскільки його значення менше 1000.

Оцінити інтенсивність конкуренції в галузі

можна на основі розрахунку коефіцієнта Розенблюта. Для розрахунку цього показника необхідно проранжувати підприємства-конкуренти в певній сфері, у нашому випадку підприємства – виробники жиролійної продукції. Ранговий індекс змінюється у межах від $1/n$ до 1, де n – кількість

www.econa.org.ua

конкурентів у цьому секторі ринку. Що меншим у результаті розрахунків є значення індексу, то менш монополізованим є досліджуваний сектор [1, с. 78].

Дані для розрахунку коефіцієнта Розенблюта наведено в табл. 4.

Таблиця 4. Вихідні дані для розрахунку коефіцієнта Розенблюта

№ п/п	Найменування фірми	Структура реалізованої продукції за виробниками, %		Ранг підприємства на ринку	
		2016 рік	2017 рік	2016 рік	2017 рік
1	ТОВ «Європейська транспортна стивідорна компанія» (Bunge)	7,4	7,2	1	1
2	ТОВ «Оптімусагротрейд»	6,5	6,8	2	2
3	ПрАТ «Вінницький олійножировий комбінат» (ViOil)	5,1	5,9	4	3
4	ТОВ «Українська чорноморська індустрія» («Кернел»)	5,8	5,1	3	4
5	ТОВ «Бандурський маслоекстракційний завод» («Кернел»)	4,7	4,6	7	6
6	ТОВ «Придніпровський маслоекстракційний завод» («Кернел»)	4,5	4,8	8	5
7	Allseeds Group	4,8	4,6	5	7
8	ТОВ «АДМ»	4,6	4	6	8
9	ПрАТ «Дніпропетровський маслоекстракційний завод» (Bunge)	4,4	3,8	9	9
10	ПрАТ «Полтавський олійноекстракційний завод» («Кернел»)	4,3	3,8	10	10
11	Інші	0,091	0,085	11-535	11-590
	Разом	100	100	x	x

*Складено та розраховано авторами.

$$I_{R, 2016} = 1/(2*(7,4*1+6,5*2+5,1*4+5,8*3+4,7*7+4,5*8+4,8*5+4,6*6+4,4*9+4,3*10+0,091*(11+12+...+534+535))-1) = 0,000038$$

$$I_{R, 2017} = 1/(2*(7,2*1+6,8*2+5,9*3+5,1*4+4,6*6+4,8*5+4,6*7+4,0*8+3,8*9+3,8*10+0,085*(11+12+...+579+580))-1) = 0,000034$$

Оскільки розраховане значення для жиросировинної галузі є занадто низьким, то на

досліджуваному ринку існує висока інтенсивність конкуренції.

Висновки та перспективи подальших розвідок

Вивчення структури ринку, його типології безпосередньо пов'язано з визначенням стану конкурентного середовища, його оцінкою і дослідженням можливостей обмеження або розвитку ринку. Задля узагальнення результатів дослідження зведемо отримані дані у таблиці 5.

Таблиця 5. Дослідження інтенсивності конкуренції на ринку жиросировинної продукції

Показник	Значення показника		Ситуація на ринку
	2016 рік	2017 рік	
Індекс концентрації ринку	19	19,9	Ринок низькоконцентрований
Чотиричастковий показник	0,248	0,25	Ринок низькоконцентрований, немонополізований
Індекс Херфіндала - Хіршмана	285,40	273,33	Ринок немонополізований
Індекс Розенблюта	0,000038	0,000034	Ринок немонополізований, з високою інтенсивністю конкуренції

*Складено та розраховано авторами.

www.econa.org.ua

Дослідження стану конкуренції ринку жиросімейної продукції в Україні показало, що у 2016-2017 рр. на ньому існувало більше п'ятисот підприємств. Ринок був монополізованим, низькоконцентрованим та з високою інтенсивністю конкуренції. При розрахунку індексу Херфіндаля-Хіршмана та індексу Розенблюта для визначення недоступних даних був застосований «закон

великих чисел». Стан ринку жиросімейної продукції України є стабільним, нормальним для конкуренції, споживач зазвичай може знайти на ринку жиросімейної продукції аналогічний продукт, без витрат при переході на іншу торгову марку. Таке становище відповідає інтересам як виробника, так і споживача та держави.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Косар Н. С. Маркетингові дослідження. Нац. ун-т «Львів. Політехніка». Львів : Вид-во Львів. політехніки, 2018. 457 с.
2. Ортинська В. В., Мельникови О. М. Маркетингові дослідження. Київ: КНТЕУ, 2015. 435 с.
3. Укроліапром. Режим доступу: <http://www.ukroilprom.org.ua>.
4. Державна служби статистики України. Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/menu/menu_u/sze.htm.

REFERENCES

1. Kosar, N. S. (2018). *Marketinghovi doslidzhennia*. Lviv: Lviv. politekhniky [in Ukrainian].
2. Ortynska, V. V., Melnykovich, O. M. (2015). *Marketinghovi doslidzhennia*. Kyiv: KNTEU [in Ukrainian].
3. *Ukroliiaprom*. Retrieved from: <http://www.ukroilprom.org.ua>.
4. *Derzhavna sluzhby statystyky Ukrainy*. Retrieved from: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/menu/menu_u/sze.htm.