

УДК 664.14+664.64]:339.13.012.1

JEL Classification: L11

DOI: <https://doi.org/10.54929/2786-5738-2023-7-04-15>

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ СУЧАСНОЇ КОНДИТЕРСЬКОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ

TRENDS IN THE DEVELOPMENT OF THE MODERN CONFECTIONERY INDUSTRY OF UKRAINE

Сорокіна А. М.

Аспірантка кафедри економіки, менеджменту та адміністрування,
Херсонський державний університет,
м. Херсон, Україна
ORCID: 0000-0003-1811-5116

Alona Sorokina

Postgraduate Student at the
Department of Economics, Management and Administration,
Kherson State University,
Kherson, Ukraine

Дана стаття присвячується тенденціям розвитку сучасної кондитерської галузі України. Виділено основні етапи розвитку ринку кондитерської галузі України. Досліджено, що кількість виробників цього ринку коливається від 200 до 800 підприємств завдяки значній присутності малих виробників на прикладі кондитерських та булочних закладів, але основна діяльність цих підприємств не вважається виробництво кондитерських товарів. Хоча близько 40% ринку кондитерської галузі України займає виробництво шоколаду, какао та кондитерських виробів з цукру. Досліджуючи кондитерську галузь України, а саме якість вироблених товарів, можна стверджувати, що вона знаходиться на високому рівні. Виокремлено основних виробників кондитерського ринку України. Проведено аналіз та визначено, що близько 80% ринку кондитерської галузі займають основні виробники, тобто на ринку можна чітко спостерігати олігополію. Досліджено переваги конкурентів, що є основними у виробництві кондитерській галузі України. Окреслено ключові проблеми розвитку кондитерської промисловості України. Наразі спостерігається досить висока ймовірність використання кондитерських товарів заміників замість якісних. Виходячи з цього багато виробників у своїй діяльності використовують заміники у складі товару, задля збереження ціни та якості. Виокремлено перспективні шляхи підвищення ефективності функціонування підприємств в кондитерській галузі. В результаті проведеного дослідження визначено, що широкий асортимент виробів, вітчизняний та зарубіжний ринок збуту, кваліфікований персонал та місце на ринку, а саме репутація, є головними перевагами серед виробників кондитерської галузі України.

Ключові слова: кондитерська галузь; підприємство; виробник; кондитерський ринок; експорт; імпорт.

This article is devoted to the development trends of the modern confectionery industry of Ukraine. The main stages of development of the confectionery industry market of Ukraine are highlighted. It has been studied that the number of producers in this market varies from 200 to 800 enterprises due to the significant presence of small producers, for example confectionery and bakery establishments, but the main activity of these enterprises is not considered to be the production of confectionery products. Although about 40% of the confectionery market of Ukraine is occupied by the production of chocolate, cocoa and sugar confectionery. Studying the confectionery industry of Ukraine, namely the quality of manufactured goods, it can be said that it is at a high level. The increase in the dollar rate greatly affects the purchase of the main ingredient, that is, cocoa, which is the main product in the manufacture of chocolate products. Foreign suppliers of confectionery, looking at the purchasing power of the population, try to import as cheap products as possible, thereby worsening the situation for domestic manufacturers. The main manufacturers of the confectionery market of Ukraine are singled out. The analysis was carried out and it was determined that about 80% of the confectionery industry market is occupied by the main manufacturers, that is, an oligopoly can be clearly observed in the market. The advantages of competitors, which are the main ones in the production of the confectionery industry of Ukraine, have been studied. The key problems of development of confectionery industry of Ukraine are outlined. Currently, there is a fairly high probability of using substitute confectionery products instead of high-quality ones. Based on this, many manufacturers use substitutes in their products in order to maintain price and quality. Prospective ways of improving the efficiency of the functioning of enterprises in the confectionery industry are highlighted. As a result of the conducted research, it was determined that a wide range of products, domestic and foreign sales markets, qualified personnel and a place on the market, namely reputation, are the main advantages among manufacturers of the confectionery industry of Ukraine.

Key words: confectionery industry; enterprise; producer; confectionery market; export; import.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Для нормального функціонування підприємства потрібно забезпечити належний рівень конкурентоспроможності даного підприємства та дослідити ринок, а також розробити ефективну стратегію розвитку сучасної кондитерської галузі України.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми і на які спирається автор. Проблемам дослідження ринку кондитерських товарів України та вирішенню організаційно-економічних питань ефективного функціонування підприємств кондитерської галузі присвячують праці Заїнчовського А. [3], Климаш Н. [5], Сичевського М. [7] та ін. Проте, дивлячись на сучасний стан кондитерської промисловості в Україні, на сьогодні залишаються невирішеними питання, які спрямовані на успішний економічний розвиток, але також є потреба у подальшому аналізі даного питання, що і визначає актуальність дослідження, результати якого представлені у даній статті.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується означена стаття. Незважаючи на отримані раніше наукові результати, потрібно взяти до уваги ті аспекти проблеми, які необхідно глибше дослідити, а саме: проаналізувати виробництво кондитерської галузі, дослідити конкурентне середовище кондитерського ринку на основі чого можна дати оцінку сучасному стану та динаміці розвитку кондитерської галузі.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою даної роботи є аналіз сучасного кондитерського ринку України, дослідження конкурентного середовища, що є основним для кондитерського підприємства, а також дати оцін-

ку тенденціям розвитку сучасної кондитерської галузі України.

Виклад основного матеріалу дослідження. Харчова промисловість України є однією з найрозвинутіших в кондитерському секторі. Сучасний обсяг виробництва кондитерської галузі дає можливість забезпечити не лише внутрішній попит країни на кондитерські товари, а й виробити товари для експорту закордон. Кондитерський ринок країни, а саме його товари можна умовно поділити на цукрові, шоколадні та борошняні кондитерські вироби.

Продукцію кондитерської галузі країни можна поділити за основними видами на:

1. Виробництво хліба та хлібобулочних виробів; виробництво борошняних кондитерських виробів, тортів і тістечок нетривалого зберігання.
2. Виробництво сухарів і сухого печива; виробництво борошняних кондитерських виробів, тортів і тістечок тривалого зберігання.
3. Виробництво какао, шоколаду та цукрових кондитерських виробів [4].

Для дослідження українського кондитерського ринку було застосовано модель 5-конкурентних сил М. Портера. Протягом останніх років в Україні можна спостерігати збільшення обсягів виробництва основних видів продукції кондитерської галузі. У 2021 році вони досягли 69,171 млрд. грн., у тому числі 38,59% займають кондитерські товари з какао, шоколаду та цукру (табл. 1).

Кількість виробників на кондитерському сегменті ринку коливається від 200 до 800 виробників в залежності від того, чи присутні невеликі виробники такі, як кондитерські та булочні підприємства, проте головною їх діяльністю не є виробництво кондитерських товарів.

Найбільших українських виробників ринку шоколадних кондитерських товарів зображено в таблиці 2.

Таблиця 1

Основні види кондитерського виробництва в Україні та зміни обсягу реалізованої продукції (по роках 2019 - 2021), млн. грн. без ПДВ

Обсяг реалізованої продукції, млн. грн без ПДВ	2019	2020	2021
Виробництво хліба та хлібобулочних виробів	20898,1	22640,1	24697,2
Виробництво сухарів і сухого печива	15363,1	16519,1	17786,2
Виробництво какао, шоколаду та цукрових кондитерських виробів	22472	25303	26688

Джерело: складено автором на основі [2]

Аналізуючи результати 2021 року безпосереднім лідером виробництва шоколадних виробів є кондитерська корпорація «Рошен», яка займає 43,74 % ринку за КВЕД 10.82. Наразі ситуація для підприємства ПрАТ кондитерська фабрика «АВК» погіршується, оскільки підприємство у 2019 році втратило завод у Мукачеві через непогашену кредитну заборгованість.

В останні роки виробники кондитерських товарів «Рошен» та «АВК» спостерігають значне зниження обсягу продажів та як наслідок втрата ринку експорту (збуту) в Російській Федерації, що в свою чергу призвело до втрати позицій на міжнародному ринку. Слід зазначити, що було втрачено підприємства, які знаходилися на окупованій території України та Росії.

Основні виробники виготовлення шоколадних виробів України за 2021 рік

Виробник	Виручка, млрд. грн	Імпорт, млрд. грн	Експорт, млрд. грн.	Динаміка виручки 2020/2021 рр., %	Частка за субринком, %
Кондитерська корпорація «Рошен»	18,5-19,0	5,5-6,0	4,0-4,5	14	44,75
ПрАТ «Монделіс Україна»	8,0-8,5	4,5-5,0	3,5-4,0	4	17,95
ТОВ «Малбі Фудс»	3,5-4,0	3,0-3,5	0,07-0,077	22	7
Кондитерська фабрика «АВК»	2,65-2,7	0	0,7-0,75	-26	3,75

Джерело: складено автором на основі [6]

Ринок виробництва кондитерських товарів України можна охарактеризувати присутністю зовнішніх та внутрішніх конкурентів. Після підписання угоди про асоціацію між Україною та Європейським Союзом конкурентами українського кондитерського ринку автоматично стають європейські транснаціональні компанії. Проте, наразі для того, щоб увійти на ринок кондитерських товарів України новим підприємствам потрібно зіштовхнутися з багатьма проблемами, тому що на цьому ринку переважає олігополія.

Також зараз склалася така ситуація на ринку кондитерських виробів з боку товаро-замінників, що кондитерські виробники почали використовувати у своїй діяльності метод урізноманітнення (більш широкий асортимент) товарів. Як приклад, кондитерська фабрика «АВК» у своїй діяльності спеціалізувалася на виробництві товарів із шоколаду, проте підприємство почало розширювати асортимент та ввели зефір, вафлі, тістечка, мармелад.

Для споживачів характерно обирати кондитерські товари за ціною, смаком, вагою та зовнішнім виглядом. Проте, великою загрозою для підприємства є втрата споживача внаслідок подібності товарів за схожістю. Тому, вартість плити шоколаду може варіюється від 14 до 45 грн за 100 гр., що є доступним для покупця. Отже, вибір товару базується на відношенні споживача до кондитерського виробу.

Для виробників кондитерських товарів характерним є закупівля какао-бобів у країн-постачальників з Африки. Оскільки не має альтернативних варіантів щодо постачання сировини, звідси формується ціна продукції. Найбільші постачальники з Африки (Гана) займають друге місце по транспортуванню какао-бобів, та мають намір диверсифікувати постачання сировини на ринки Китаю та Азії [8]. Співпраця Китаю та Гани можуть перешкодити постачанню сировини в Україну, після чого може статися підвищення вартості сировини та як наслідок підвищення цін на товари кондитерського ринку.

Аналізуючи дані дослідження можна підсумувати, що основними перевагами конкурентів для виробників української кондитерської продукції є: значне розширення асортименту продукції; добре

кваліфіковані та підготовлені кадри; підтримка репутації виробника на ринку; розширення ринку збуту, як вітчизняного так і зарубіжного.

Українським виробникам потрібно шукати шляхи виходу на міжнародний ринок, в тому числі Азійський задля підняття рівня продажів, оскільки економіка цих країн має високі темпи до зростання, що в свою чергу спричинить підвищення виробництва кондитерської промисловості та споживчого споживання.

Однак значною проблемою можуть стати дизайн упаковки та смакові властивості, саме для українських виробників, оскільки населення в країнах Азії більше полюбляє непоєднані смаки, а також обирає креативний дизайн упаковки для кондитерських виробів. Тому, українським компаніям слід підвести свої стандарти під світові тенденції кондитерського ринку, значно розширити асортимент підприємств, а також доопрацювати та розробити креативний дизайн упаковки.

Висновки з цього дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку. Проведення даного дослідження чітко демонструє, що виробництво кондитерської галузі України та якість виробів знаходиться на досить високому рівні. Для нових виробників велика кількість підприємств на ринку кондитерської галузі є перешкодою для виходу на ринок. Наразі найбільш перспективним напрямком для розвитку українських кондитерських компаній є розширення асортименту підприємств при врахуванні світових тенденцій кондитерського ринку, зокрема розроблення шляхів входу на ринок Азії, який завдяки щільності населення не достатньо задовольняє попит споживача. Для досягнення результату українським підприємствам потрібно удосконалити упаковку товару та включити в перелік продукції товари, смакові якості яких відповідатимуть ринку азійських країн.

Аналіз даних дослідження можуть бути використанні у наступному для формування управлінських стратегій для підприємств кондитерської галузі. Результати дослідження також можна використати фабрикам ринку кондитерської сфери для підвищення ефективності функціонування підприємств кондитерської галузі України.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Dem'yanenko, K. V. Analiz rynku konditerskoy produktsii v Ukraine [Analysis of the confectionery market in Ukraine]. *Vestnik KEU: ekonomika, filosofiya, pedagogika, yurisprudentsiya - Bulletin of KEU: economics, philosophy, pedagogy, jurisprudence*. Retrieved from <https://articlekz.com/article/27872> [in Russian].
2. Sait Derzhavnoi sluzhby statystyky Ukrainy [Website of the State Statistics Service of Ukraine]. *www.ukrstat.gov.ua*. Retrieved from <http://www.ukrstat.gov.ua/> [in Ukrainian].
3. Zainchkovskyi, A. O. (2009). Pidpriemstva kharchovoi promyslovosti na rynku prodovolchyykh tovariv Ukrainy [Food industry enterprises on the food market of Ukraine]. *Naukovi pratsi Natsionalnoho universytetu kharchovykh tekhnologii - Scientific works of the National University of Food Technologies*, 31, 18–21. Retrieved from http://nbuv.gov.ua/UJRN/Npnukht_2009_31_7 [in Ukrainian].
4. Klasyfikator vydiv ekonomichnoi diialnosti [Classifier of types of economic activity]. *evrovektor.com*. Retrieved from <https://evrovektor.com/kved/2010/> [in Ukrainian].
5. Klymash, N. I. (2014). Zastosuvannia metodyky trendovoho analizu dlia vyznachennia imovirnosti rozvytku kryzovykh yavlyshch na pidpriemstvi [Application of the technique of trend analysis to determine the probability of the development of crisis phenomena at the enterprise]. *Oblik i finansy - Accounting and finance*, 2, 138–143. Retrieved from http://nbuv.gov.ua/UJRN/Oif_apk_2014_2_22 [in Ukrainian].
6. Analiz kondyterskoi haluzi [Analysis of the confectionery industry]. *Systema YouControl – onlain-servis perevirky kompanii - The YouControl system is an online company verification service*. Retrieved from <https://youcontrol.com.ua/> [in Ukrainian].
7. Sychevskyi, M. P. (2005). Udoskonalennia orhanizatsiino-ekonomichnoho mekhanizmu rozvytku kharchovoi promyslovosti Ukrainy [Improvement of the organizational and economic mechanism of the development of the food industry of Ukraine]. Doctor's thesis. Kyiv [in Ukrainian].
8. Shokoladnyy apokalipsis - uzhe ne za gorami? [The chocolate apocalypse is just around the corner]. *www.bbc.com*. Retrieved from <https://www.bbc.com/ukrainian/vert-caprussian-45729784> [in Ukrainian].