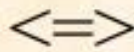




УДОСКОНАЛЕННЯ НАПРЯМІВ
РОЗВИТКУ УКРАЇНИ В УМОВАХ
СУЧАСНОЇ СВІТОВОЇ КОН'ЮНКТУРИ



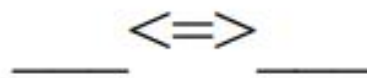
Колективна монографія



2023



УДОСКОНАЛЕННЯ НАПРЯМІВ РОЗВИТКУ УКРАЇНИ В УМОВАХ СУЧАСНОЇ СВІТОВОЇ КОН'ЮНКТУРИ



Колективна монографія



Харків
СГ НТМ «Новий курс»
2023

Сорокіна Альона Миколаївна
ORCID ID: 0000-0003-1811-5116

Херсонський державний університет

2.9. Сучасний стан, проблеми, перспективи та тенденції розвитку кондитерської галузі України

Економічний розвиток держави багато в чому залежить від ситуації в харчовій промисловості, і зокрема в кондитерській галузі. Особливої актуальності набуває динаміка розвитку підприємств кондитерської галузі. Ефективність їх функціонування, як складних виробничо-економічних систем залежить від спроможності швидко реагувати і адаптуватися до змін зовнішнього та внутрішнього середовища і передбачає застосування ефективного і якісного виробництва продукції, реалізація якої забезпечить досягнення високого рівня економічної стійкості та відповідатиме ринковим стандартам та перспективам.

Останнім часом ринок кондитерської продукції України зазнав значних змін, які спричинені перш за все підвищенням ціни на товари, ситуацією, яка склалася на сході України та зниженням купівельної спроможності населення, що в свою чергу призвело до економічної кризи. Проте, кондитерська галузь України має високий потенціал, що й визначило актуальність теми дослідження.

Однією з найрозвиненіших галузей харчової промисловості України є кондитерська галузь. Основний напрямок галузі це необхідність більшого зростання якості та смакових переваг продукції і покращення її асортименту. Актуальним є забезпечення потреб населення високоякісною продукцією; вдосконалення виробництва кондитерської галузі. Кондитерські товари це вироби, які мають високу калорійність та засвоюваність, приємні на смак та аромат, а також привабливі на зовнішній вигляд.

Вироби кондитерської галузі це не предметами першої необхідності в Україні, проте, найчастіше їх купують як подарунок, для швидкого перекусу чи підняття настрою або для поповнення енергії організму. Це призводить до того, що виробники акцентують на емоційній рекламі для прийняття рішення про покупку. Ще одним важливим фактором вибору кондитерських виробів є виробник, адже українській покупець зазвичай віддає перевагу вітчизняному виробнику.

Преферентність кондитерських виробів обумовлена такими чинниками:

- ціна (імпортні вироби менш доступні, як вітчизняні);

- якість (українські виробники пропонують велику кількість товарів, якість якої відповідає міжнародним стандартам харчування ISO; підприємства мають добре розвинену систему контролю безпеки та якості сировини та готової продукції всіх етапів виробництва, що підтверджується відповідним маркуванням та сертифікатом про проходження добровільної сертифікації продукції);

- «Made in Ukraine», тобто виготовлення вітчизняного тренду (місцеві кондитери користуються попитом серед українців з 2013 р.).

Аналізуючи офіційну класифікацію основних видів кондитерської продукції, можна умовно поділити на три товарні групи: вироби з цукру, борошняні вироби та вироби з шоколаду. Досліджуючи загальну структуру виробництва кондитерської галузі можна сказати, що лідируючі позиції займають хлібобулочні вироби та виробництво хліба, а також кондитерські вироби з борошна нетривалого зберігання (понад 50% усього випуску).

За показниками 2018 р. перше місце за рівнем споживання посідає мучна (борошняна) кондитерська продукція, друге місце посідає шоколад, третє – цукрові кондитерські товари.

Найбільшою популярністю українців серед кондитерської продукції користуються мучні вироби на, які припадає 46%, на шоколад та продукти з додаванням какао (43,0%), а найменшою популярністю користуються цукрові вироби без какао на, які припадає 11%. Борошняні вироби та шоколад генерують понад 70% продажів ринку кондитерських виробів.

Зазначимо, що реалізація товарів кондитерської галузі в Україні, за винятком виробів з борошна, характеризується вираженою сезонністю: у зв'язку з новорічними святами пік продажів досягається в останні місяці року, а в першій половині року традиційно відбувається спад реалізації, який поєднується знизженням споживачів до холодних солодощів (наприклад, морозива) та зменшенням пропозиції свіжих фруктів. Проте, найбільш чутливими до сезонних змін є шоколад та цукерки [1]. Найменше відображається сезонність на печиві, оскільки його споживання увесь рік має тенденцію до зростання, яка уповільнюється наприкінці весни (рис. 1).

Останні роки кризової ситуації в Україні, для кондитерської промисловості стали вкрай важкими. Найбільший спад показав сегмент кондитерських виробів з цукру 10,8% і склав 196,8 тис. т. Виробництво продукції з шоколаду знизлося на 5% і склало 327,6 тис. т. Виробництво у сегменті борошняних кондитерських виробів показало дещо менший спад 0,1% і досягло 384,4 тис. т. Загалом спад у виробництві за трьома даними сегментами невпинно почав збільшуватися в останні два роки [4]. Так, лише випуск

товарів зменшився на 22%, що пояснюється причинами, серед яких відмічаємо зростання світових цін на какао-боби та підняття курсу валюти, (половину собівартості виробництва продукції в українській кондитерській галузі складає сировина іноземних країн), а також введення мита на імпорт більшості товарів (зокрема продукція харчової промисловості, зерна, добрива тощо), що, у свою чергу, призвело до збільшення вартості готових виробів, які стають менш конкурентоспроможними на зовнішніх ринках за незмінності рівня якості. Аналізуючи дані Державного Комітету Статистики, вітчизняні споживачі відчутно скоротили споживання солодощів, при цьому структура споживання залишилася незмінною. Найбільший попит складають цукерки («у коробках») споживання щорічно скорочується на 5%, тоді як цукерки «на вагу» споживають більше приблизно на той самий відсоток). Споживання шоколадної плитки в загальній структурі збільшується на 14,5-20,5% [9].

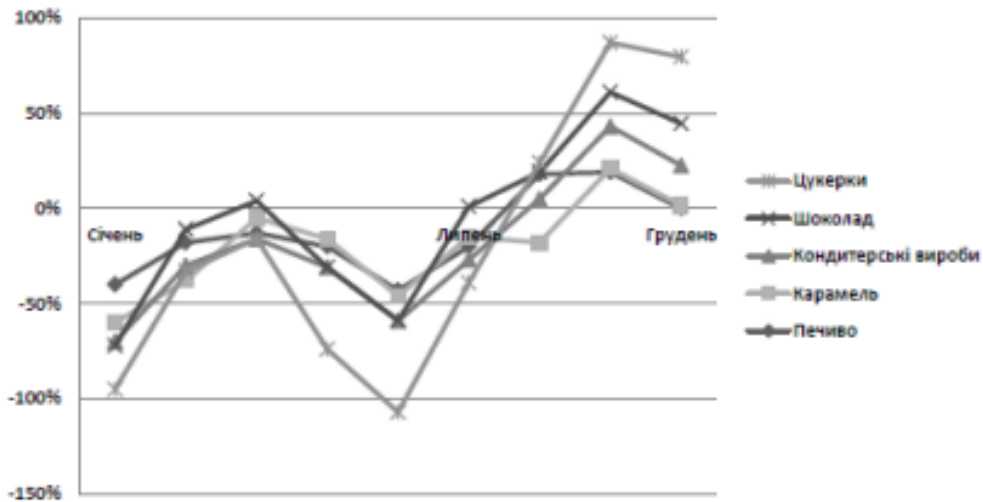


Рис. 1. Сезонність окремих видів продукції кондитерської галузі України

Аналізуючи темпи приросту та зменшення виробництва деяких видів кондитерських товарів, можна побачити, що виробництво пряників, печива і вафель знизилося на 11,6%; виробництво товарів з шоколаду та інших продуктів із вмістом какао знизилося на 5,8%. Значний темп зниження показало виробництво шоколадних товарів та інших де вміст какао, пластинах чи плитках, або брикетах (падіння на 55,1%), споживання білого шоколаду знизилося на 39,4%. Категорія «вироби цукрові кондитерські інші» показала чотирьох відсотковий темп зростання. Проте, раніше темпи зниження виробництва даної категорії склали 25,6% [2]. Значимо, що сегмент вітчизняного кондитерського ринку виробів із шоколаду показував зростання за усіма позиціями, окрім сегментів «білий шоколад» та «інші шоколадні вироби» (такі як шоколадні «крані», фігурний шоколад, глазур у споживчому «форматі» тощо), що можна пояснити відсутністю популярності виробництва серед великих кондитерських компаній. Практично одним з виробників білого шоколаду в Україні залишається кондитерська компанія «Малбі». Білий шоколад в Україні виробляє компанія «Nestle», але споживчий ринок затьмивши молочно-білі плитки торгової марки «Світло». Десять років тому кількість виробників на вітчизняному кондитерському ринку не перевищувала 500, в останній період число підприємств кондитерської галузі вийшло на показник 800 і коливається близько цього значення. Рентабельність продукції таких виробників сягає 150%, проте невеликі обсяги виробництва товарів не впливають на ринок, тому що, вони як правило працюють з однією-двома торговельними точками та не виходять поза межі свого регіону.

На вітчизняному кондитерському ринку товарів є кілька масштабних світових компаній – концерн «А.В.К.» (американські Western NIS Enterprise Fund), кондитерська фабрика «Корона» («Kraft Foods») і ПАТ «Полтавакондитер» (Sigma Bleizer); ПАТ Львівська кондитерська фірма «Світло» (швейцарська Nestle), ПАТ кондитерська фабрика «Харків'янка» (Trilini International). До наймасштабніших кондитерських виробників відносять: «Запорізьку кондитерську фабрику», «Рівненську кондитерську фабрику», Чернівецьку кондитерську фабрику «Буковинка» та «Луцьку кондитерську фабрику» [9].

Близько 50% солодкого сегменту в натуральному вираженні припадає на три вітчизняні кондитерські компанії: «Рошен», яка займає 24,7% сегменту ринку, «Конті» - 12,9% сегменту та компанія «А.В.К.» - 11,9% сегменту ринку. Усі інші виробники відстають від лідерів: наприклад, «Бісквіт-Шоколад» знаходиться на четвертій і п'ятій позиціях разом з «Житомирськими ласощами», що займають 4,9% і 3,9% ринку відповідно (рис. 2).



Рис. 2. Частки кондитерського ринку крупних вітчизняних виробів

Досить серйозні позиції посідає корпорація «Крафт Фудз», «Львівська кондитерська фірма «Сайтон» та «Полтавакондитер» стосовно сегменту шоколадної продукції [3].

Проаналізувавши сучасний стан ринку та попит на кондитерські товари можна зробити висновки, що населення країни віддає перевагу вітчизняному виробнику. Насамперед, це пов'язано:

- імпортні цукерки дорожчі, ніж вітчизняні;
- висока якість продукції, яка не відрізняється від імпортної;
- великий вибір продукції, серед якого можна знайти товари на будь-який смак.

За умов економічної кризи український ринок кондитерської продукції дуже змінився, тобто виробники хочуть зекономити на якості складників, натомість покупці почали більш вимогливо ставитися до вибору солодоців.

Аналізуючи статистику можна прогледіти що, українці споживають солодощі в рази менше, ніж жителі Центральної та Західної Європи. Якщо жителі України з'їдають шоколаду 1,5 кг в рік, то європейські країни споживають близько 5 кг [6].

Україна споживає та виробляє весь спектр кондитерських товарів, але більше переважають борошняні м'які солодощі. Передові місця за споживанням займають борошняні кондитерські вироби, приблизно 5кг на населення щорічно, цукерки (шоколад) посідають друге місце – 2кг на душу населення щорічно, інші кондитерські товари – 7кг щороку.

Відтак, порівнюючи обсяг споживання борошняних кондитерських виробів найбільш популярних в Нідерландах та Україні складає 13,5 кг в рік, що в свою чергу вдвічі перевищення показника всередні країни. У порівнянні Швейцарії та України середньорічне споживання виробів з шоколаду близько 11кг на населення, а це в 5 раз перевищує в Україні. Проте, Швеція є головним лідером з виробництва цукрових кондитерських товарів зі споживанням 8,87 кг на душу населення. В структурі кондитерської промисловості України частка реалізованої продукції становить 13 %, з них основна увага приділяється кондитерським борошняним виробам – 40 %, решта залишається на вироби з цукру та шоколаду.

Однак цифри свідчать про важку економічну ситуацію, а не про відсутність солодоців на ринку країни [14], так 2018-2019 роки можна охарактеризувати спадом доходів населення, мінімальні поліпшення позначилися в 2020 році. Ринок кондитерської галузі України в 2018 році був на 0,1 % менше, ніж в 2019. Основною зі статей економії стали товари кондитерського виробництва. На обсяг виробництва кондитерської продукції, тобто на спад вплинуло споживання.

Згідно даних Державної служби статистики України [13]. Можемо зробити аналіз обсягів виробництва кондитерської галузі згідно років (рис. 3).

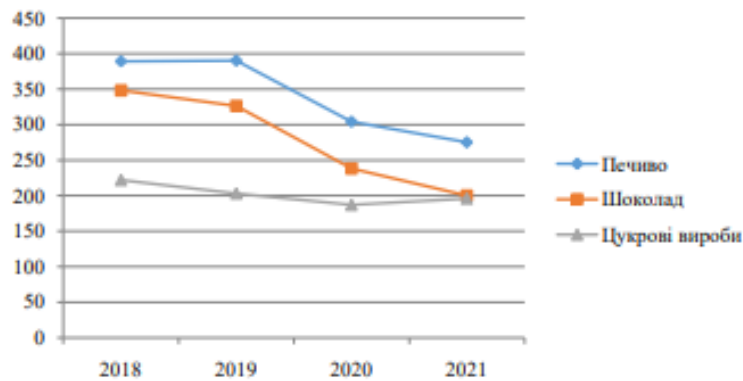


Рис. 3. Обсяг виробництва кондитерської галузі, тис.тон

Аналізуючи дані бачимо, що з кожним роком обсяг виробництва товарів стрімко падає. Дана проблема пов'язана з тим, що на території України ведуться бойові дії, разом з цим гривня слабшає, ростуть податки, і споживач не має змоги купувати товар у тих об'ємах в яких купував раніше.

На основі отриманих даних маємо змогу виокремити основні проблеми ринку кондитерської промисловості України станом на 2022 рік (рис. 4).

Вплив падіння гривні на вартість сировини, що імпортується на виробництво кондитерських товарів з борошна, спровокувало збільшення попиту на дешеві продукти (вафлі, пряники, крекери). Виробництво дешевих продуктів з якісної сировини не рентабельно. Відтак збільшення попиту на бюджетний сегмент солодощів призвело до змін на виробництві найбільш популярних товарів, а саме зміни технологій. Натомість кондитерські підприємства почали використовувати вітчизняні, або більш дешеві складники імпортованої сировини.



Рис. 4. Головні проблеми ринку кондитерської галузі України на 2022 рік

Ще одним із факторів основних проблем розвитку кондитерської галузі є те що в основному виробники, що імпортують зосередились на поповненні ринку дешевою продукцією, це ми можемо побачити на (рис. 5).

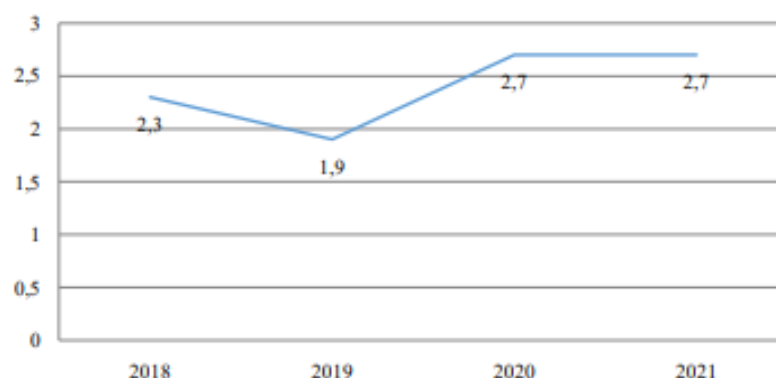


Рис. 5. Динаміка частки імпорту кондитерської продукції, %

Також це є однією з проблем розвитку кондитерської галузі, оскільки відбувається перенасичення ринку товарів, що впливає на зменшення збуту виробниками української продукції.

Більшість експортерів нашої країни це сусідні держави, оскільки українці полюбують голландські, турецькі, польські та німецькі солодоці. Тому ці товари радують не тільки прийнятною ціною, а також якістю. Сумарно в 2020 році імпорт кондитерських товарів склав більше 30 тис. тон, а в 2021 році більш ніж 35 тис.тон.

У 2020 році Україна поставила іноземним партнерам товарів загальною вартістю на 104,5 тис. доларів, а це 77,5 тис. тон продукції. Відносно експорту, найбільше українських кондитерських солодоців купують такі країни, як: Азербайджан, Казахстан, Туркменістан і Молдова.

Отже, на сьогоднішній день можна виділити чотири категорії проблем розвитку кондитерської галузі [11]: фінансові проблеми; зниження купівельної спроможності населення; проблеми, пов'язані з внутрішньою політикою держави; проблеми, пов'язані зі збутом.

Проте, шляхом вирішення даної проблеми, компанії почали збільшувати експорт товарів.

Вітчизняні українські підприємства одержали стимул в якості відсутності мит на кондитерські товари в Європейському Союзі. Тому, лідери вітчизняного ринку [17], [10], [18]: «Roshen», «АВК» та «NESTLE» почали активно користуватися можливістю та виводити на зарубіжний ринок новинки кондитерських товарів. У 2021 році експорт виробів зріс на 11% в порівнянні з 2020 роком. Українські кондитерські вироби активно купують в Азербайджані Молдові, Туркменістані та Казахстані. В країнах Європейського Союзу великим попитом користуються вироби в Польщі та Литві. Також збільшився збут та попит на продукцію в Америці, Монголії та Іраці. Згідно даних Державної статистики, за січень-серпень 2021 року експорт товарів склав 287,2 млн. доларів.

Також близько 100 млн. доларів одержали від продажу какао і продуктів з нього на зовнішніх ринках. З огляду темпів зростання імпорту на зовнішній ринок, Україна може збільшити експорт в країни ЄС до \$ 450 млн., що є цілком реалістичним.

Для того, щоб вийти на ринок Європейського Союзу [15], потрібно провести наступні заходи задля збільшення експорту виробів:

- інвестувати у репутацію компанії та торгову марку;
- участь кондитерських компаній у Міжнародній організації справедливої торгівлі, задля купівлі якісного какао та шоколаду за доступними та адекватними цінами, а також виробництво має бути з дотриманням стандартів якості, та екологічної безпеки;
- обирати складники виробів, з яких зроблена продукція лише за стандартами якості;
- інвестувати у наукові дослідження та їх впровадження на підприємствах;
- активізувати виробництво шляхом впровадження законодавчої бази. Зважаючи на думку аналітиків, кондитерським підприємствам потрібно приділити увагу категорії споживачів пенсійного віку та розробити продукцію, оскільки за даними ООН до 2050 року кількість людей похилого віку зростає приблизно в 3 рази.

Останнім часом експерти звертають увагу на те, що на ринку кондитерської галузі все більше популярності набирають продукти з високим вмістом рослинного білка та енергетичні батончики.

Зважаючи на це малі кондитерські підприємства [16], можуть зайняти ніші сектор ще не освоєного кондитерського ринку. Прикладом можуть слугувати виробники кондитерської промисловості для групи населення, яке веде здоровий спосіб харчування, та ті, хто вживає спеціалізовані продукти. Існують групи людей споживачів, які зацікавлені у підтвердженні корисних властивостей кондитерських товарів, тому з'являється необхідність проведення та висвітлення результатів наукових досліджень. Виходячи з вище сказаного, обов'язковою складовою діяльності великих кондитерських підприємств стають дослідження.

Ринок кондитерської галузі України на сьогоднішній день переживає точку спаду збуту товарів в середній країні, проте знаходить інші варіанти збуту за межами країни, причому витісняючи великі кондитерські компанії, тим самим створюючи конкурентне середовище.

Це свідчить про досить високий рівень конкурентоспроможності вітчизняного кондитерського ринку та спроможність галузі до збільшення експортних поставок на ринок Європейського Союзу, а також здатність витримати конкурентний тиск на внутрішньому ринку.

Проте політична ситуація та військовий стан країни, а також економічні труднощі викликали основні проблеми кондитерської галузі, які можна розділити на чотири групи, а саме: зниження купівельної спроможності населення; фінансові проблеми; проблеми, які пов'язані з внутрішньою політикою держави, а також проблемами ринку збуту.

Відтак, слід проводити модернізацію на виробництві підприємств, застосовувати інноваційні технології, прикладом цього є провідні вітчизняні кондитерські фабрики, за умов впровадження законодавчої бази України підвищити технологічність та наукоємність виробництва.

Основними ідеями покращення сучасного стану кондитерської галузі можна виділити:

- збільшення частки експорту виробів за межі країни;
- вдосконалити якість продукції, щоб підвищити конкурентоспроможність підприємства;
- інвестувати у репутацію та торгову марку компанії;
- активізувати виробництво шляхом впровадження законодавчої бази.

Для досягнення істотного покращення сучасного стану кондитерської галузі України потрібно намагатися впровадити запропоновані заходи.

Найбільшою популярністю українців серед кондитерської продукції користуються мучні вироби на, які припадає 46%, на шоколад та продукти з додаванням какао (43,0%), а найменшою популярністю користуються цукрові вироби без какао на, які припадає 11%. Борошняні вироби та шоколад генерують понад 70% продажів ринку кондитерських виробів.

Отже, одними з особливостей вітчизняного кондитерського ринку є виробництво та споживання всього спектру кондитерських товарів, але перевагою користується продукція з борошна.

За даними Державної статистичної служби України [3] експорт кондитерських виробів борошна останніми роками зменшився у грошовому вираженні, проте виріс у кількісному через, що виробники переорієнтували кондитерські вироби на бюджетний сегмент.

Шоколадні вироби стали одними з оборотних продовольчих товарів народного споживання і все це завдяки великій різноманітності виробників і потужній ціновій конкуренції. Як наслідок, 41% продажів шоколаду пройшов через промоакції, а це є тимчасовим зниженням ціни.

Асортимент виробів кондитерської продукції, представлених на ринку збуту, становить понад 1 млн. найменувань. За насиченістю ринок кондитерських товарів України практично не відрізняється від ринку європейських країн. Більш ніж 95% ринку припадає на товари вітчизняних компаній.

Однак рівень споживання кондитерської продукції в Україні значно нижче, ніж у країнах Європейського Союзу. Якщо порівняти попит найбільш популярних кондитерських виробів з борошна в Україні та Нідерландах, то показник в Україні буде нижче на 18,6%, оскільки в Нідерландах складає 12,9 кг на душу населення на рік.

Аналізуючи зазначені особливості ринку кондитерської галузі та переваги вибору споживачів можна сформулювати такі аспекти українських кондитерських підприємств.

1) Особливості розвитку:

- більшу частину займають витрати на сировину;
- коливання цін на борошно, какао-боби та цукор, тобто залежність від сезону сировини;
- попит на кондитерські вироби зростає в другій половині року, тобто залежність від сезону виробництва;
- більшість кондитерських виробів схожі між собою;
- ціна на продукт формується згідно ринкових правил;
- багато нових виробників, легко входять на ринок збуту та виходять з нього;
- адаптація та швидке реагування на зміни законів;
- орієнтованість на задоволення споживчого попиту в асортименті пропонованих послуг;

- готовність ризикувати (запуск стартапів);
- бажання знайти нішу ринку для свого підприємства, яка буде відрізнятися від конкурента.

2) Проблеми розвитку:

- збільшення вартості сировини, що імпортується через зростання курсу долара, що спровокувало попит на крекери, праники та вафлі, а виробники в свою чергу почали використовувати вітчизняні, недорогі аналоги якісної імпортованої сировини;
- нестабільна політична ситуація з Росією, що позбавила виробників кондитерської галузі основного ринку збуту та переорієнтувала на країни далекого зарубіжжя;
- значне скорочення попиту на споживання продукції частки сегменту «преміум»;
- зниження обсягів виробництва продукції;
- значна дебіторська заборгованість підприємств кондитерської галузі за продукцію (великі супермаркети перевищують 90 днів відстрочки платежу), що призводить до збільшення вкладень.

Звідси, висока конкурентна позиція виробників кондитерської галузі на зовнішньому та внутрішньому ринках змушує підприємства шукати шляхи підвищення конкурентоспроможності товару в рамках основних тенденцій розвитку.

Пропонуються такі напрями розвитку підприємств кондитерської галузі в Україні:

- звільнитися від рамок кондитерського виробництва, тобто знаходити шляхи диверсифікації, виготовляти сніки та інші гастрономічні вироби, що закряє сезонне питання;
- замінити технічне обладнання підприємств, що дасть можливість виробляти нові продукти, відмінні від ринку збуту;
- зробити більш якісним вироблений продукт: якщо раніше одним з важливих факторів була низька ціна виробу, то сьогодні споживач хоче бачити якісні складові продукту;
- проводити опитування споживачів через, дегустації, промоакції для більшого розуміння переваг та впізнання торгової марки або компанії;
- розробити нові індивідуальні упаковки з кращим дизайном, але з елементами мінімалізму;
- за рахунок переорієнтації меж експорту збільшити продажі.

В умовах війни та економічної кризи всеодно основною метою будь-якої компанії залишається отримання прибутку. Для збільшення продажів та підвищення економічної ефективності і функціональності, підприємства використовують різні стратегії та методи покращення структури організації та підвищення ефективності функціонування підприємств кондитерської галузі. Одним з інструментів економічної ефективності виробництва є інновації. Підприємства кондитерської промисловості постійно намагаються глобалізувати процес виробництва, постійно досліджують конкурентоспроможність підприємств, чинники, які впливають на рівень розвитку компанії та від яких залежить обсяг виробництва продукції. Всі ці дослідження мають на меті одне – зменшити ризики підприємства. Тому для досягнення цієї мети потрібно постійно вдосконалювати процес розвитку кондитерської галузі та залишатися конкурентоспроможним в сучасних ринкових умовах.

Лідерами вітчизняного ринку кондитерських товарів у 2022 році, за обсягом виробництва продукції є Рошен, АВК, Конті, Монделіс Україна, Світоч, Деліція, Лагода, Світ ласощів, Полтава, Лукас та інші.

Тому виробники кондитерської галузі намагаються створити асортимент товару відмінний від інших підприємств галузі, роблячи при цьому товар конкурентоспроможним. Для підвищення конкурентоспроможності застосовують різні методи, такі як: створення сучасних екологічних пакувань, реєстрація знаків сертифікації, використання різних видів сировини задля створення конкурентоспроможного товару. Ніші кондитерського ринку котрі звільняються вони швидко заповнюються новими підприємствами кондитерської галузі.

Тому висока конкуренція серед підприємств кондитерських виробів в середині країни штовхає виробників постійно бути в пошуку нових шляхів підвищення та удосконалення конкурентоспроможності, спираючись при цьому на новинки кондитерської галузі та останні тенденції розвитку.

Виробники кондитерських товарів постійно інвестують у нове сучасне обладнання, та модернізацію виробництва. Це дозволяє їм збільшувати виробничий потенціал, а також розробляти та запроваджувати нові продукти, котрі раніше не виготовлялися жодним підприємством.

Кожне з підприємств кондитерської галузі України постійно поліпшує якість виробів застосовуючи ребрендинг товарів та поліпшуючи якість упаковки з метою унікальності та привернення більшої уваги споживачів до своєї продукції.

Тому спираючись на дослідження даної галузі варто стверджувати, що галузь кондитерської промисловості на сьогоднішній день це є зростаюча галузь, яка приваблює інвесторів не тільки в середині країни, а й за її межами, хоча і має певні ризики та загрози. Аналізуючи галузь харчової промисловості за обсягом іноземних вкладень в економіку нашої країни, бачимо, що одне з перших місць займає

виробництво кондитерських товарів, оскільки переважна частина інвестицій сконцентрована на даній галузі. Тому сума іноземних інвестицій у кондитерську галузь з 2013 року складає 1,65 млрд. доларів США (рис 6).

Галузь кондитерської промисловості з 2013 по 2019 та з 2021 по 2022 збільшила своє виробництво за останні два роки. Така тенденція виробництва кондитерських товарів забезпечується завдяки інвестуванню в розвиток галузі кондитерських підприємств та постійному оновленню виробництва, оскільки інвестиції в дану галузь щороку становлять більше 200 млрд. дол.

Зараз виробництво кондитерської галузі як ніколи потребують залучення інвестиційних ресурсів, оскільки головним джерелом фінансування інновацій у виробництво були та залишаються власні кошти компаній, яких не вистачає для підвищення ефективності функціонування підприємства.

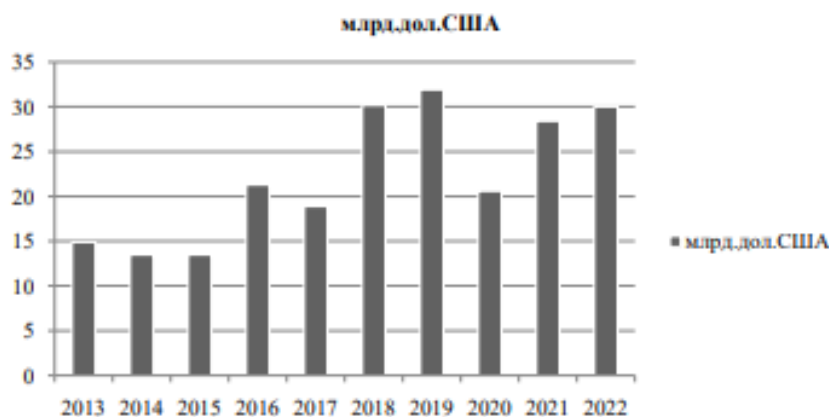


Рис. 6. Обсяг іноземних інвестицій у харчову промисловість (кондитерська галузь)

Для вирішення проблеми споживчого попиту, яке почалося фінансовою кризою, доцільним є освоєвати нові сегменти та пропозиції нових видів товару. Обов'язково товар має бути конкурентоспроможним, якісним, забезпечуватися оновленим асортиментом, мати попит та задовольняти споживчі потреби.

Дослідники кондитерської галузі стверджують, що надалі ринок кондитерської продукції України буде зростати лише за можливості збільшення частки продукції преміум-класу та шоколадного сегменту.

Ринок кондитерських товарів на сьогоднішній день переповнений звичайною продукцією, він дійшов до точки насичення споживача даною продукцією. Тому, наразі необхідним є створення нового сегменту, аби не втратити своїх споживачів. Тому ми пропонуємо розвивати сегмент преміум-класу, із застосування інновацій. Оскільки інновації є дуже важливим інструментом у розвитку виробництва кондитерських товарів. Тому, що для того, щоб отримати якісний товар преміум-класу необхідно перш за все встановити додаткові вимоги до виробництва шоколаду; реалізувати сучасну технологію виробництва шоколаду з застосуванням сучасних автоматизованих ліній; розробити технологію виробництва шоколаду відповідно стандартам якості та запровадження найсучаснішого пакувального обладнання.

Для успішної діяльності підприємств кондитерської галузі потрібно чітко дотримуватися властивостей зберігання товару, виробництва, реалізації, а також споживання. Для зменшення витрат на збереження продукції потрібно створити власний логістичний центр. Це дасть можливість зменшити час на завантаження товару, а також сформувані замовлення заздалегідь. Тому основними цілями логістичного комплексу є: поліпшення умов збереження продукції; оптимізація поставок; уникнення проблеми з затримками продукції на складі.

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 борошніні 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 [21].

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).

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: розроблено автором на основі [2]

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 2
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 «Моделіс 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: розроблено автором на основі [6]

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.

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 зітхнутися 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

сложістю. Тому, вартість плитки шоколаду може варіюватися від 14 до 45 грн за 100 гр., що є доступним для покупця. Отже, вибір товару заключається 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 непосредувані 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.

Отже, завдяки ефективному менеджменту та іншим внутрішнім конкурентним перевагам підприємства кондитерської галузі, мають потенційні сприятливі перспективи розвитку, незважаючи на негативний вплив зовнішнього середовища.

З наведеного вище можна відзначити, що ринок виробництва кондитерської галузі в Україні останнім часом сильно змінився, цьому посприяли основні проблеми, такі як, зміни в політичній ситуації країни, основні виробники кондитерського ринку втратили свої потужності («Конті» й «АВК»); за рахунок збільшення імпорту, збільшилася концентрація конкурентного середовища, як наслідок, посилення боротьби за споживача; зниження експорту.

Тому, враховуючи загальні характеристики та проблеми кондитерської галузі, а також особливості виробників кондитерських підприємств в Україні компанії вимушені шукати власні шляхи підвищення конкурентоспроможності виробів враховуючи основні тенденції розвитку ринку.

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.

Джерела

1. Асоціація Candy Industry [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.candyindustry.com>.
2. Виробництво та реалізація окремих видів промислової продукції за періодом продукції ЄС для статистики виробництва (PRODCOM) [Електронний ресурс]. – 2013. – Режим доступу: <http://www.ukstat.gov.ua>.
3. Державна Служба Статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ukrstat.org>.
4. Діагностика сектору кондитерських виробів [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.bispro.org.ua.
5. Забічківський А. О., Сивчишин М. П. Стан і перспективи розвитку підприємств харчової переробної промисловості України. Вісник соціально-економічних досліджень. 2011. № 2. С. 22-26.
6. Климаш Н. І. Управління ефективністю діяльності підприємств кондитерської промисловості: дис. канд. екон. наук: спец. 08.00.04; Національний університет харчових технологій. Київ, 2012. 233 с.
7. Кондитерська промисловість України. Кондитер України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrkonfiter.kiev.ua>.
8. Малагуза В. Д., Маркелов С. П. Особливості стратегій диверсифікації для підприємств кондитерської промисловості. 2010. № 2. С. 39-46.
9. Об'єднання виробників кондитерської, харчово-кондитерської та крохмалопаточкової галузей України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://ukrkonfiter.com.ua/pokazniki_roboty_da_vichen_jovten_2012/.
10. Сивчишин М. П. Організаційно-економічний механізм розвитку харчової промисловості України (теорія, методологія, практика): дис. ... докт. екон. наук: спец. 08.07.01. Київ, 2005. 468 с.
11. Ткаченко О. М. Організаційно-економічні основи підвищення конкурентоспроможності підприємств кондитерської промисловості України: дис. ... канд. екон. наук: спец. 08.00.04; Національний університет харчових технологій. Київ, 2007. 189 с.
12. Аналіз ринку кондитерських виробів у 2018 році. URL: https://koloto.ua/blog/isledovanie/analiz_rinka_muchnyh_konditerskih izdeliy_2018.html (дата звернення: 24.11.2021).
13. Висновки промислової продукції за видами діяльності за 2018-2020рр. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2007/pr/ptm_ric/ptm_ric_u/pr/2018_u_bez.html (дата звернення: 24.11.2021).
14. Офіційний сайт підприємства «Koshens». URL: <https://www.koshens.com/en> (дата звернення: 24.11.2021).
15. Офіційний сайт підприємства «АВК». URL: <https://ack.ua> (дата звернення: 24.11.2021).

16. Офіційний сайт підприємства «NESTLE». URL: <https://www.nestle.ua> (дата звернення: 24.11.2021).
17. Перспективи виробництва кондитерських виробів. URL: <http://naukaris.com/perspektivy-proizvodstva-konditerskib-izdeliy-proizvodnyh-na-oznovi-halvichnyh-mas.html> (дата звернення: 24.11.2018).
18. Україна: ринок кондитерських виробів за 2021 рік. URL: <https://ukrprod.dp.ua/2021/11/19/ukraina-rynok-konditerskix-izdelij-2021-god.html> (дата звернення: 24.11.2022).
19. Бажає Ю. М. Інновації в Україні 2020: національний доповідь. Київ: НАН України, 2015. 334 с.
20. Гринько Т. В. Проблеми та перспективи інноваційного розвитку вітчизняних підприємств сфери послуг. Академічний огляд, 2015. № 1. С. 225-260.
21. Гринько Т. В. Сучасні проблеми формування стратегії інноваційного економічного розвитку підприємствакої діяльності. Збірник наукових праць II Міжнародної науково-практичної конференції: в 4 т. (м. Житомир, 18-19 березня 2010 р.). Дніпропетровськ: Біла К. О., 2010. Т. 1. С. 94-95.
22. Дубинський С. В., Щербітina Т. О. Проблеми інноваційного розвитку підприємств та його особливості в Україні. Східноєвропейський аспект економічного розвитку, 2017. № 1 (22). С. 21-32.
23. Момон В. Е. Соціометричне дослідження процесу реалізації стратегій інноваційного розвитку підприємств. URL: [https:// www.i.dk.ua/ua/en](https://www.i.dk.ua/ua/en) (дата звернення: 09.02.2020).
24. Фінансове забезпечення інноваційної діяльності підприємств України / І. В. Руденко, Н. О. Пестельова, О.М. Голосинова, Т.М. Притолова, В.П. Золотоверха. Економічні науки, 2019. № 58. С. 18-22.
25. Ткаченко О. М. Організаційно-економічні основи підвищення конкурентоспроможності підприємств кондитерської промисловості України: дис. ... канд. экон. наук: спец. 08.00.04; Національний університет харчових технологій. Київ, 2007. 189 с.