

*О.В. ШЕСТАК*, студентка, «НТУ ХП»

## СУЧАСНИЙ СТАН ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ КОНДИТЕРСЬКОЇ ГАЛУЗІ

У статті надано аналіз стану та тенденцій розвитку ринку кондитерських виробів в Україні. Показана структура кондитерської галузі та особливості конкуренції між виробниками кондитерської продукції. Бібліогр.: 15 назв.

**Ключові слова:** економіка, харчова промисловість, виробництво, кондитерські вироби, ринок.

**Вступ.** Кондитерські вироби є групою харчових продуктів широкого асортименту, які споживаються майже усім населенням. Кондитерські вироби значно відрізняються між собою за складом і споживчими властивостями. Вони є значною частиною раціону харчування людини та користуються сталим попитом, насамперед, завдяки вишуканим смаковим властивостям.

Кондитерська галузь є однією з тих складових вітчизняної економіки, які навіть в умовах кризи демонструють позитивну загальну динаміку. На сьогоднішній день виробництво кондитерських виробів є однією з найбільш розвинутих галузей харчової промисловості України. Загальний обсяг виробництва складає близько 3 % ВВП країни. Частка України на світовому ринку близько 1 %, що у вартісному виразі складає понад 90 млрд. дол.США [10]. Це пояснюється багатим потенціалом галузі, а також стратегіями розвитку підприємств цієї галузі. У зв'язку з цим дослідження особливостей функціонування кондитерської галузі представляє значний інтерес. Ринок кондитерських виробів України відрізняється стрімкою динамікою змін у перевагах споживачів і його дослідження є важливим для визначення перспектив його подальшого розвитку.

**Актуальність та мета дослідження.** Проблемам розвитку кондитерської галузі присвячені роботи багатьох вітчизняних фахівців, зокрема А. О. Заїчковського, Л. М. Закревської, О. М. Ткаченко, Т. В. Лагоди, Е. М. Азаріна, Л. А. Радкевич, Я. І. Юрик та інших. У цих роботах розглядалися проблеми оцінки конкурентоспроможності підприємств кондитерської галузі, проводився аналіз стану монополізації ринку кондитерських виробів у 1995-2010 роках, визначалися напрямки та резерви розвитку підприємств галузі. Але протягом останніх років такі дослідження не проводились, хоча ситуація на ринку кондитерських виробів продовжує змінюватись. Це обумовило мету даного дослідження, яка полягає в аналізі сучасного стану та визначенні тенденцій розвитку кондитерської галузі в Україні.

**Інформаційну основу дослідження** склали публікації у спеціальних професійних виданнях, де розглядаються характеристики внутрішнього ринку кондитерських виробів: організацію та структуру виробництва, сировину та ресурси, рівень технічного оснащення кондитерських підприємств, динаміку виробництва за окремими сегментами, напрямки в асортиментній політиці та ін., а також статистичні дані Держкомстату щодо розвитку харчової галузі [11].

**Результати дослідження.** Кондитерський ринок характеризується широким номенклатурним рядом товарів, які традиційно об'єднують у три групи: шоколадні вироби, що містять какао, цукристі вироби без какао і вироби борошняні. Частка цих груп у загальному обсязі виробництва нерівнозначна і нестабільна, але частка групи борошняних виробів завжди більша ніж інші. Кондитерські вироби і в межах окремих груп значно відрізняються між собою за складом і споживчими властивостями, але безперечною їхньою перевагою є високий ступінь механізації та автоматизації технологічних процесів, що дозволяє організувати їхнє поточно-механізоване виробництво й отримувати готові вироби окремо загорнутими, що забезпечує зберігання заданих споживчих, медично-біологічних та санітарно-гігієнічних показників. Крім того, штучна упаковка надає виробам особливої привабливості [3].

Аналіз стану і перспектив розвитку кондитерського ринку в Україні свідчить, що основним джерелом формування пропозиції на ринку є вітчизняне виробництво, його продукція становить близько 95% в загальному обсязі. Ринок кондитерських виробів України є висококонцентрованим, на ньому працює близько 800 компаній. Сьогодні певну частину українського виробництва і, як наслідок, кондитерського ринку, контролюють зарубіжні кондитерські компанії, які вкладають значні кошти в розвиток місцевих підприємств, що показано в табл. 1.

Таблиця 1 – Наявність іноземного капіталу на Українському кондитерському ринку

Українська компанія	Іноземний інвестор	Тип інвестора	Частка в капіталі
«Крафт Фудз Україна»	Kraft Foods (США)	стратегічний	100 %
ПРАТ «Світоч»	Nestle S.A (Швейцарія)	стратегічний	96,89 %
ПРАТ «Житомирські ласощі»	Cobiso Union Inc (США)	н/д	87,37 %
АТ «Полтавакондитер»	Sigma Bleyzer (США)	портфельний	76,27 %
АТ «АВК»	Western NIS Enterprise Fund США)	портфельний	25 %

На ринку присутні кілька великих світових концернів – це Nestle (АТ «Львівська кондитерська фірма Світоч»), Kraft foods (АТ «Крафт Фудз Україна»), Western NIS Enterprise Fund (АТ «АВК»), Sigma Bleyzer (АТ «Полтавакондитер»), Trilini International (АТ КФ «Харків'янка»). Деякі зарубіжні інвестори будують на території України свої виробництва, наприклад, німецька шоколадна фабрика Rainford у Дніпропетровську. Безпосереднє виробництво в Україні є більш вигідним, ніж експорт кондитерських виробів [2]. Решта фабрик в більшості своїй належать колективу підприємства і українським інвесторам.

Незважаючи на те, що різного роду кондитерські вироби – продукти не першої необхідності, кондитерська галузь однією з перших пододала негативну динаміку виробництва під час кризи. За даними Держкомстату, обсяги виробництва на кондитерському ринку України за підсумками 2010 року збільшилися на 3,7 % в натуральному вираженні в порівнянні з минулим роком (табл. 2) [11].

Таблиця 2 – Виробництво основних кондитерських виробів в Україні (2004-2010 рр.) тис т.

Вид продукції	Роки						
	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Печиво солодке і вафлі	285	314	337	358	373	333	361,5
Шоколад та інші продукти з вмістом какао	244	283	303	329	346	329	349,5
Вироби кондитерські з цукру	310	285	241	256	250	264	249,2
Всього	839	882	881	943	969	926	960,2

Зростання обумовлене як зміною споживчих переваг в сторону більш дешевої продукції, так і низкою сприятливих факторів для виробників (відсутністю масових скорочень робітників і банкрутств підприємств, коливанням курсу національної валюти, від чого кондитерська галузь отримала перевагу, тому що більша частина виробленої кондитерської продукції орієнтована на експорт). За оцінками експертів, у наступні два-три роки варто очікувати щорічний приріст ринку на 3-5 % в натуральному вираженні [12].

Більше 65 % ринку поділено між 5 компаніями: АТ «Кондитерська корпорація Roshen», АТ ВО «КОНТІ», АТ «АВК», АТ «Харківська БФ» і АТ «Житомирські ласощі». Невеликі підприємства не схильні до конкуренції з великими компаніями і намагаються займати вільні сегменти в регіонах.

Відомо, що великі кондитерські компанії і особливо транснаціональні не можуть успішно розвиватися без експортної діяльності. Українська кондитерська промисловість вже довела свою конкурентоспроможність на внутрішньому і зовнішньому ринках: продукція цієї галузі відповідає європейським показникам якості. Оскільки частка експорту в загальному обсязі виробництва окремих підприємств становить від 30 до 70 %, це суттєво впливає на їхню стратегічну політику і обумовлює подальше нарощування виробничого потенціалу [9, 15].

Щороку Україна близько третини кондитерської продукції направляє за кордон. У структурі експорту 96 % припадає на країни колишнього Радянського Союзу: 57 % – Росія, 12,5 % – Казахстан, від 5,5 % до 3 % Азербайджан, Грузія, Туркменістан, Киргизія, Білорусія, Молдова, Таджикистан, Узбекистан (країни указані у порядку зменшення частки експорту).

Найбільшу частку експортерів становлять великі підприємства (15 підприємств). Серед середніх підприємств лише – 5, а серед малих – лише одне підприємство експортує свою продукцію за кордон. Частка продукції, що експортується, дуже різна. Так, більше 50 % підприємств експортують до 30 % виробленої продукції, близько 40 % підприємств – експортують від 30 до 70 % виробленої продукції. Є невеличка кількість підприємств, в яких за кордон йде більше 71 % виробленої продукції.

Головною перевагою українських виробників на зовнішньому ринку найчастіше є ціна на вироби. Наприклад, досвідом підтверджується, що українська карамель на російському ринку виграє порівняно з російською за рахунок вартості навіть за введення Росією мита на ввезення цукристих кондитерських виробів з України.

Крім того, перевагами українських виробників є також якість продукції, увага до оновлення асортименту, вивчення попиту на зовнішніх ринках та вдосконалення дизайну [13].

На шляху нарощування експортного потенціалу українські виробники стикаються з певними бар'єрами. Найбільшою перешкодою для експорту є високий рівень конкуренції на ринках імпортерів. Найбільшою конкуренцією характеризується ринок СНД. Ринок Європи, порівняно з ринком СНД і Канади, оцінюється як менш конкурентний. Крім того, перешкодою можуть бути складність проходження експортних процедур і висока їхня вартість, відсутність попиту на продукцію, яку виробляє підприємство, відсутність міжнародного сертифікату якості, неконкурентоспроможність продукції за ціною або за якістю, а також складність пошуку партнерів.

Шляхами пошуку партнерів на зовнішніх ринках є участь у семіна-

рах, виставках тощо, через Інтернет, через іноземні представництва, торгові палати, посольства. На ринки США та Канади вихід на ринок йде також через бізнес-асоціації. Досить часто партнери самостійно шукають підприємства на українському ринку, що свідчить про привабливість української кондитерської продукції.

В теперішній час не очікується виходу на ринки кондитерських виробів в Україні нових компаній, тому що повторити проекти великих компаній складно. У нинішніх умовах є сумнів у стабільності п'ятірки лідерів («Рошен», «АВК», «Конті», «Нестле» і «Крафт Фудз Україна»), тобто є можливим «перестроювання» в їхньому ряду, яке провокує компанія «Конті» агресивним нарощуванням своєї частки. У такій ситуації інші виробники будуть змушені різко збільшити витрати на новинки і їхнє просування на ринку. Очевидно, із цієї причини компанія «АВК» придбала пілотну лабораторію з випуску нових продуктів, яка дозволяє у скорочений термін більш ефективно і економічно проводити дослідження. Така лабораторія має суттєве значення для виробника в умовах наближення українського ринку до насичення.

Сьогодні для стабільного утримування своїх позицій на ринку виробникам кондитерської галузі потрібні довгострокові інвестиції в обладнання та великі оборотні фонди. Зі зростанням торговельних мереж більш жорсткими стають їхні вимоги до постачальників – безперервним має бути постачання і постійною реклама своєї продукції, що для невеликих фабрик не є можливим [14].

**Висновки.** Український кондитерський ринок пройшов етап формування та активного розвитку і на даному етапі знаходиться на стадії жорсткої конкурентної боротьби за споживача. На основі проведеного дослідження було визначено основні характеристики та тенденції розвитку кондитерського ринку України.

Так, було показано, що незважаючи на тимчасове зменшення обсягів виробництва внаслідок фінансово економічної кризи, в 2010 році спостерігалось поживлення виробництва, особливо в середньому і низькому ціновому сегменті.

Крім того слід очікувати посилення конкуренції між крупними виробниками і зменшення частки дрібних виробників на ринку. Цьому буде сприяти активна збутова і маркетингова політика з боку великих виробників, тому іншим гравцям, для того щоб зберегти і збільшити свою частку на ринку необхідно оновлювати асортимент, проводити правильну маркетингову та рекламну політику та шукати нові ринки збуту в основному за рахунок експорту. Конкурентоспроможність продукції українських кондитерів на міжнародному ринку обумовлює активну експор-

тну діяльність українських підприємств та стимулює нарощування ними виробничого потенціалу.

**Список літератури:** 1. Бут О. Сладкий бастион / О. Бут // Мир продуктов. – 2009. – № 3. – С. 16-20. 2. На сладкое... // Мир продуктов. – 2009. – № 5. – С. 18-20. 3. Повышение качества шоколада // Кондитерское и хлебопекарное производство. – 2009. – № 2. – С. 43-44. 4. Порецкая И. Барбарисовое возрождение / И. Порецкая // FOOD UA. – № 1-2. – 2010. – С. 48-52. 5. Порецкая И. Подсели на мучное / И. Порецкая // FOOD UA. – № 8. – С. 13-21. 6. Порецкая И. Спрос на фантазию / И. Порецкая // FOOD UA. – № 4. – С. 22-28. 7. Стрельникова Д. Сегментація українського ринка кондитерських изделий / Д. Стрельникова // Економіка та держава. – 2010. – № 3. – С. 69-71. 8. Складчиков В. Шоколадний спрос / В. Складчиков // Мир продуктов. – 2010 – С. 8-10. 9. Украинские кондитеры осели в ЕС // Food and drinks. – 2006. – № 8. – С. 40-48. 10. Перспективизація розвитку харчової галузі в Україні [Електронний ресурс] / В. Заяц. – / Електрон. журнал. 2011. Режим доступу: [http://ibcontacts.com.ua/ru/perspektivu\\_food\\_in\\_ukraine](http://ibcontacts.com.ua/ru/perspektivu_food_in_ukraine). 11. Державний комітет статистики України [Електронний ресурс] / Режим доступу: [http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/oper\\_new.html](http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/oper_new.html). 12. Обзор рынка кондитерских изделий [Електронний ресурс] / Кучерявая Е. – / Рейтингове агентство «Кредит-Рейтинг». – Режим доступу: <http://www.credit-rating.ua/ru/analytics/analytical-articles/12579/>. 13. Сладкий привкус // Инвестгазета. – 30.11-06.12.2009. – С. 36-37. 14. Конд-удар // Бизнес. – 31/02.08.10. – С. 72-75. 15. Порецкая И. Шокотерапия / И. Порецкая // FOOD UA. – № 11-12. 2009. – С. 24-36.

*Стаття рекомендована до друку канд. економ. наук, доц. О.Ю. Лінковою.*

*Надійшла до редколегії 27.03.2012.*

УДК 640.435

**Сучасний стан та тенденції розвитку кондитерської галузі / Шестак О.В. // Вісник НТУ «ХП». Серія: Актуальні проблеми розвитку українського суспільства. – Харків: НТУ «ХП», 2013. – № 6(980). – С. 132-137. Бібліогр.: 15 назв.**

В статті представлено аналіз стану та тенденцій розвитку ринку кондитерських изделий в Україні. Показано структуру кондитерської галузі та особливості конкуренції між виробниками кондитерської продукції.

**Ключевые слова:** економіка, харчова промисловість, виробництво, кондитерські изделия, ринок.

The paper presents the analysis of the state and tendencies of the development of the confectionery market in Ukraine. It shows the structure of the confectionery industry and competition peculiarities between manufacturers of confectionery.

**Keywords:** economy, food processing, manufacturing, confectionery market.