

СВІТОВІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ РИНКУ ХАРЧОВИХ ПРОДУКТІВ

Страшинська Л.В.,

Професор кафедри маркетингу,

Національний університет харчових технологій,

м.Київ, Україна

Розвиток процесів глобалізації та євроінтеграції вносить свої корективи в функціонування підприємств, які здійснюють свою діяльність на будь-якому ринку. Вітчизняний ринок харчових продуктів, незважаючи на певні проблеми і складності розвитку, характеризується динамізмом і поступовим відновленням втрачених позицій. Зважаючи на те, що значна частина вітчизняних підприємств харчової промисловості здійснює свою діяльність на міжнародному ринку, виникає необхідність врахування світових тенденцій розвитку продовольчого ринку в цілому.

Для розуміння напрямків розвитку ринку харчових продуктів був проведений його аналіз на основі досліджень міжнародних аналітичних компаній. Так, ринок харчових продуктів розвивається шляхом глобального тренду здорового харчування. За даними компанії Technavio у 2018 р. частка продуктів для здорового харчування склала найбільшу частку світового ринку харчових продуктів – 36%. Динаміка цього показника пояснюється зростанням попиту на натуральні й екологічно чисті продукти. По регіонах ринку споживання продуктів для здорового харчування найбільша частка припадає на ринки Північної та Південної Америки – близько 38%. Регіони ЕМЕА (Європа, Близький Схід і Африка) і АРАС (країни Азійсько-Тихоокеанського регіону) ділять між собою інші частки ринку.

Основними дистриб'юторами продуктів для здорового харчування були й залишаються гіпермаркети і супермаркети, яким належить близько 60% від всіх обсягів продажу. Фактори простоти, зручності здійснення купівель,

наявність широкого асортименту, а також зростаюча кількість таких магазинів буде і в подальшому сприяти зростанню частки мережевої роздрібною торгівлі в структурі продажів продуктів для здорового харчування.

За оцінками компанії Euromonitor у 2018 р. світові продажі продуктів для здорового харчування склали близько \$1трлн. Впевненість у подальшому їх зростанні підкріплюють дані глобального дослідження здоров'я і благополуччя, проведеного компанією Nielsen, в якому прийняли участь більше 30 тис. респондентів. Ключовий висновок дослідження: погляди споживачів на продукти для здорового харчування змінилися. Споживачі готові платити більше за продукти, які сприяють укріпленню здоров'я і зниженню ваги:

- близько 88% респондентів готові платити більше за більш «здорові» продукти;

- споживачі вікових категорій від покоління Z (ті, які народилися в середині 1990-х) до бeбі-бумерів стверджують, що вони будуть платити більше за продукти для здорового харчування, в тому числі за ті, які вважаються повністю натуральними;

- користуються попитом функціональні продукти профілактичного призначення, включаючи: продукти з високим вмістом клітковини (36%), білку (32%), цільного зерна (30%), збагачені кальцієм (30%), вітамінами (30%) або мінералами (29%) [1, с. 35].

Саме функціональні продукти, які на українському ринку ще відносяться до категорії біологічно-активних добавок, на світовому ринку оформились в окрему групу нутріцевтиків – продуктів, які не є лікарськими засобами, а такими, які мають профілактичне значення для укріплення здоров'я. Такі продукти реалізуються не через аптеки, а через магазини різного формату. Світовий ринок нутріцевтиків активно зростає. За даними компанії Mordor Intelligence місткість ринку, що розглядається, у 2018 р. склала \$383,1 млрд. За прогнозами при збереженні середньорічних темпів зростання в 6,8% за період 2019– 2023 рр. світовий ринок нутріцевтиків повинен зрости до \$561,4 млрд. [1,

с. 35]. Таким чином, сьогодні мова йде про стійкий тренд, який формує нові споживчі переваги, в свою чергу, які оформляються в нову культуру споживання харчових продуктів.

Під дією нової культури споживання харчових продуктів буде розвиватися й ринок кондитерських виробів. Саме сегмент кондитерської продукції займає близько 20% світового ринку нутріцевтиків. Таким чином, у функціональних солодошів досить гарні перспективи. Проте, аби реалізувати свої можливості – бути успішними і конкурентними на сучасному ринку, виробникам кондитерської промисловості необхідно інвестувати в передові технології виробництва і пакування продукції.

Кондитерська промисловість є однією з найбільш розвинених і модернізованих галузей харчової промисловості України. За даними асоціації «Укркондпром» вона забезпечує 1,5% ВВП країни і має значний експортний потенціал. Виробництво здійснює більше 850 компаній. При цьому 85% української кондитерської продукції виробляють великі підприємства, 9% – середні і 6% – малі [2, с.19].

Серед провідних операторів ринку, згідно інформації «Укркондпром», такі компанії: Roshen, «Бісквіт Шоколад», «Конти», «АВК», Nestle і «Монделіс Україна». Слід відзначити, що у 2018 р. у щорічний рейтинг ТОП 100 Candy Companies увійшли три українські кондитерські корпорації – Roshen (25 місце), Konti Group (43 місце) і «АВК» (64 місце).

Протягом 2018 р. вітчизняні кондитери виробили 284,712 тис. т продукції, що на 1,95% (або 6,451 тис. т) більше, ніж за 2017 р. Збільшення темпів зростання за рахунок інвестування забезпечили: «Кондитерська фабрика «АВК», Кременчуцька і Вінницька кондитерські фабрики (обидві входять до складу корпорації Roshen), «Львівська кондитерська фабрика «Світоч» (входить до складу компанії Nestle), «Монделіс Україна» і «Конти».

Отже, як свідчить досвід передових гравців кондитерського ринку, саме інвестування сприяє збільшенню обсягів виробництва і реалізації продукції,

утриманню лідируючих позицій. А врахування світових тенденцій розвитку ринку продуктів здорового харчування в поєднанні з реалізацією інвестиційних можливостей дозволить посилити конкурентні позиції вітчизняних підприємств.

Література

1. Бут О. Экспертные решения. Комплексные решения для кондитерской промышленности. *Мир продуктов*. 2019. №2. С.34–35.
2. Кравченко Л. Не все так гладко, но все же сладко. Аналитика рынка кондитерских изделий Украины. *Мир продуктов*. 2019. №1. С.18–20.