

**ХАРАКТЕРИСТИКА ТА НАЙБЛИЖЧІ ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ
ВІТЧИЗНЯНОГО КОНДИТЕРСЬКОГО РИНКУ
ХАРАКТЕРИСТИКА И БЛИЖАЙШИЕ ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ
ОТЕЧЕСТВЕННОГО КОНДИТЕРСКОГО РЫНКА
DESCRIPTION AND NEAREST PROSPECTS OF DOMESTIC PASTRY
MARKET DEVELOPMENT**

Досліджено стан та проведено аналіз вітчизняного кондитерського ринку за видами продукції. В процесі аналізу виявлено позитивні зміни та негативні фактори, що гальмують розвиток кондитерської галузі. Запропоновані конкретні заходи щодо зміцнення позицій українських підприємств, виробників кондитерської продукції.

Ключові слова: кондитерський ринок, вітчизняні виробники, обсяги виробництва, споживчий попит, розвиток галузі.

Исследовано состояние и проведен анализ отечественного кондитерского рынка по видам продукции. В процессе анализа выявлены положительные изменения и негативные факторы, тормозящие развитие кондитерской отрасли. Предложены конкретные меры по укреплению позиций украинских предприятий, производителей кондитерской продукции.

Ключевые слова: кондитерский рынок, отечественные производители, объемы производства, потребительский спрос, развитие отрасли.

Probed the state and a domestic pastry market analysis is conducted after the types of products. In the process of analysis found out positive changes and negative factors which brake development of pastry industry. Concrete measures are offered in relation to strengthening of positions of the Ukrainian enterprises, producers of pastry products.

***Key words:** pastry market, domestic producers, production volumes, consumer demand, development of industry.*

Вступ. Кондитерський ринок в Україні гарно розвинений та доволі насичений. Показники його розвитку практично ніколи не ставили під сумнів те, що українці люблять солодощі.

Господарська самостійність підприємств дає їм можливість, враховуючи вибагливі інтереси споживачів, виводити на ринок нові кондитерські вироби, обирати ринки збуту своєї продукції, в тому числі і зовнішні. Важливою передумовою випуску якісних кондитерських виробів - є забезпечення сировинною базою. Ріст цін на борошно на світовому ринку в 2007 році, не міг обійти українського виробника. Відповідно, ціна на борошняні кондитерські вироби збільшилась. Збереглись підвищені (з листопада 2005 р.) мита Росії на українську карамель, що є причиною щорічних галузевих втрат на суму близько USD40 млн.

Ріст цін на сировину, карамельна криза та насичення ринку змушують українських виробників солодощів знаходити нові ніші, здійснювати масивні рекламні заходи, а в деяких випадках навіть скорочувати виробництво.

Постановка завдання. Задоволення потреб споживачів, нарощування виробничих потужностей, розширення внутрішнього і зовнішнього ринків збуту, конкурентоспроможність вітчизняних товарів при вступі України до Світової організації торгівлі – це ті питання, які повстають перед виробниками кондитерської продукції та науковцями, що вивчають дану галузь економіки. Варто проводити дослідження в даній сфері та шукати шляхи для зміцнення позицій українських виробників солодощів.

Питанням вивчення кондитерської галузі значну увагу приділяли такі вітчизняні науковці та аналітики, як: О.М. Азарян, В.М. Нечепуренко, Т.В. Лагода, А.В. Озеран, Н. Ліхолоб, А. Дорофєєва, А. Сілівончік.

Метою даної статті є дослідження українського кондитерського ринку, визначення ємкості даного ринку та майбутні перспективи його розвитку.

Методи: економіко-статистичний (для узагальнення тенденції у розвитку

кондитерської галузі), порівняльного аналізу (при характеристиці показників декількох років), індексний (при виявленні тенденцій в змінах обсягів виробництва), діалектичний метод.

Результати. Одне з головних місць в економіці нашої країни посідає харчова промисловість та переробка сільгоспсировини. Кондитерська галузь є однією з найбільш перспективних галузей у цьому виді економічної діяльності.

За попередніми даними фахівців у 2007 році темпи зростання кондитерського ринку України не перевищили 6-8% у грошовому виразі (близько \$1,9 млрд). Роком раніше обороти кондитерів збільшилися на 19%, а в 2005 р. — майже на 30%.

Падіння темпів пояснюється просто: на кінець 2006-го року в Україні виробляли майже ті самі обсяги кондитерських виробів, що й на піку споживання солодошів — п'ятнадцять років тому. В 1991 р. обсяги виробництва сягнули рекордної величини — 1,1 млн тонн, після чого виробництво скорочувалась до середини 90-х. Вихід з кризової ситуації почався у 1997-1998 роках, але тоді кондитерських виробів в Україні виробляли втричі менше, ніж за часів СРСР.

За півтора десятка років розподіл сил у кондитерській галузі кардинально змінився. На початку 90-х більшість фабрик виживали переважно за рахунок «старих напрацювань» — печива, карамелі, ірису та шоколадних цукерок, відомих з радянських часів. Нині з усіх марок-довгожителів усе ще популярний хіба що «Вечірній Київ», який дістався після приватизації Київської фабрики ім. Карла Маркса корпорації Rothen. Решта компаній планомірно скорочують асортимент марок-ностальжі й зосереджуються на новій, більш ходовій продукції. Насамперед на різноманітних шоколадних солодошах, виробництво яких стабільно зростає.

На початку 2007 року на українському ринку працювало близько 800 кондитерів. Рік тому їх було приблизно 600, а в середині 2005 р. кількість виробників не перевищувала 500. Більшість нових підприємств є дрібними виробництвами, що спеціалізуються на випуску продукції, яка швидко

псується, — тортів, тістечок або дорогих солодоців, зокрема виготовлених вручну цукерок, шоколадних фігурок тощо. Рентабельність таких виробників може сягати 150%, але через невеликі обсяги істотного впливу на ринок вони не мають, працюючи з однією-двома торговельними точками і не виходячи поза межі свого регіону [1].

Кондитерські підприємства України споживають близько 500 тис. тон цукру в рік. Стосовно готової продукції, то тут за даними Державного комітету статистики в 2006 р. було випущено 1005,9 тис. тон кондитерських виробів, що перевищило показники 2005 р. (1002,9 тис. тон). При цьому в структурі оптового продажу продукції харчової промисловості кондитерська галузь зайняла 6,8% (реалізовано на суму 5032 млн. грн. без ПДВ), поступившись лише молочної галузі (11,3% або 8282 млн. грн. без ПДВ). (Довідково. В Росії в 2006 р. було випущено 2,5 млн. тон кондитерських виробів, що на 5% перевищило показники 2005 р.) [4].

Виробництво кондитерських виробів в Україні має таку структуру: борошняні кондитерські вироби, шоколад та інші продукти з вмістом какао та вироби кондитерські з цукру без вмісту какао (таблиця 1).

Впродовж останніх років, починаючи з серпня-вересня, в кондитерській галузі спостерігаються сезонні тенденції нарощування виробництва і розширення асортименту в кожній з товарних груп.

Близько 70% ринку і три чверті експорту, як і раніше, контролюють дев'ять найбільших компаній — «АВК», «Бісквіт-Шоколад», «Житомирські ласощі», «Конті», «Крафт Фудз Україна», «Полтава-кондитер», «Рошен», «Світ ласощів» і «Світоч» (належить швейцарській Nestle). Однак асортимент кожної з цих компаній останніми роками кардинально змінився. Тепер вони не ставлять на меті великі обсяги виробництва, а вибирають найбільш дохідні сегменти.

Група виробів з цукру без вмісту какао (карамель, мармелад, драже, халва, білий шоколад та ін.) займає найменшу частку серед всього виробництва кондитерських виробів (24%). Уповільнення темпів зростання внутрішнього

ринку збіглося з підвищенням Росією мита (до 20%) на експорт карамелі. Оскільки у 2004-2006 роках Росія була найбільшим споживачем недорогої кондитерської продукції з України, фактична втрата цього ринку спричинила серйозні зміни в структурі вітчизняного виробництва.

Карамельна криза й насичення ринку змусили великих виробників шукати нові ніші й зосередитися на вузькому асортименті. Двома роками раніше всі гравці «великої дев'ятки», за винятком Nestle і «Крафт Фудз Україна», Були націлені на виробництво максимально широкого спектру кондитерських виробів.

Таблиця 1

Виробництво кондитерських виробів в Україні (без продукції підприємств малого бізнесу) тис. т [5]

Товарна група	2005 р.	у %	2006 р.	у %
Борошняні кондитерські вироби	420,3	41,91	450,6	44,80
Шоколад та вироби з какао	299,8	29,89	317,1	31,52
Вироби з цукру без какао	282,8	28,20	238,2	23,68
Всього	1002,9		1005,9	

Сегментацію ринку за видами продукції зображено на рис.1.

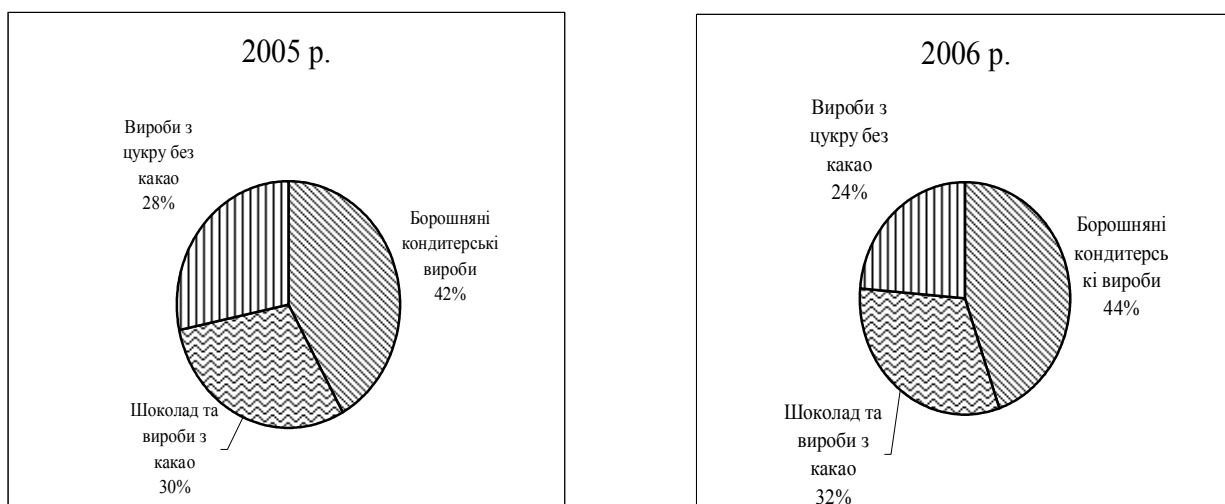


Рис.1 Структура ринку кондитерських виробів

На хвилі зростання ринку така стратегія була цілком виправданою. Але з розвитком конкуренції продукти з низькою дохідністю й надто широкий асортимент стали баластом, якого довелося позбутися у 2006-2007 роках.

Серед ведучих виробників цукристих кондитерських виробів без вмісту какао лідерами є: корпорація Rochen (36% відсотків всього ринку), «Конті» (8%), корпорація «Бісквіт-шоколад», «Одеський консервний завод» та «Житомирські ласощі» (по 4%).

Споживання українцями цукристих виробів без вмісту какао відповідно зменшилось. Якщо в 2005 р. воно складало 6,1 кг на одну особу, то вже в 2006 р. скоротилось до 5,2 кг [5].

Широке поле діяльності відкрите в Україні для виробників борошняних кондитерських виробів, попит на цю групу стабільний і постійно збільшується. Найбільша питома вага в даній групі припадає на виробництво пряників, солодкого печива та вафель – близько 85%.

Стосовно регіонального завантаження виробничих потужностей по випуску всіх видів борошняних кондитерських виробів, то найбільш високий рівень концентрації утримується в м. Києві, в Донецькій, Харківській, Київській та Черкаських областях, які виробили майже 216,1 тис. тон борошняних кондвиробів – 60% від сумарного обсягу вироблених в 2006 р. борошняних солодошів.

Незважаючи на ріст цін в 2007 році на борошно, вищого гатунку на 52%, а першого гатунку на 43% (за даними ЗАТ «Херсонський комбінат хлібопродуктів), зростання заробітної плати співробітників та збільшення ціни на газ та електроенергію, за попередніми даними Державного комітету статистики виробництво борошняних кондитерських виробів збільшилось на 32% з 467,4 тис. т в 2006р. до 618,3 тис. т в 2007р. [2].

Серед всіх видів кондитерських виробів найбільший ріст демонструє сегмент шоколадних солодошів. Головним «двигуном» шоколадного сегменту, на думку виробників, залишається ріст доходів українських споживачів. Згідно попередніх статистичних даних доходи населення за останній рік зросли на 35%. Це в свою чергу сприяло підвищенню культури споживання кондитерських виробів [6]. Характеристика деяких видів шоколадних виробів в Україні наведена в таблиці 2.

По оцінках основних виробників на ринку, з вищеназваних сегментів шоколадної продукції в минулому році найбільш активно зростав сегмент шоколадних батончиків – на 25-27%. Спеціалісти пов'язують це з прискорюваним темпом життя українців. Споживачі стали полюбляти нетрадиційні форми виробів: квадратиками, трикутниками, паличками (стіками, від англ.sticks) в індивідуальній упаковці.

Таблиця 2

Виробництво шоколадних виробів з вмістом какао, тис. т [3]

Найменування	2005 р.	2006 р.	2007 р.
Шоколад в брикетах, пластинах чи плитках в тому числі:	283	303	327
Шоколад і вироби аналогічні з начинкою чи без	40,1	39,2	43,6
Цукерки шоколадні	106	144	160
Вироби кондитерські з цукру чи його замінників з вмістом какао	129	113	119
Продукти пастоподібні з вмістом какао	3,4	2,9	3,6

Реалізація шоколадних цукерок в коробках і вагових шоколадних цукерок, по даним операторів ринку, в минулому році в порівнянні з 2006 р., виросла на 12-13% і 14-15% (в грошовому виразі) відповідно [3].

Як згадувалось вище українці стають більш вибагливими у виборі продуктів, в тому числі кондитерських виробів. Вони готові платити більше за якісний продукт високого цінового сегменту. Якщо 2-3 роки назад українські кондитери тільки приглядалися до високого цінового сегмента (в якому була представлена тільки імпортна продукція), то тепер все активніше його освоюють.

Через збільшення попиту на дорогі шоколадні вироби та зростання цін на сировину в 2007 р. ринок шоколадних виробів в грошовому виразі збільшився на 25%, а в 2006 р. цей показник складав 18%. Проаналізуємо зміну вартості сировини для виробництва шоколадних виробів (таблиця 3) [3].

**Зміна вартості сировини для виробництва шоколадних виробів в
2007 р. [3]**

Види сировини	2006 р.	2007 р.	Ріст %
Цукор грн./кг	2,76	3,32	20,30
Какао боби USD/т	1775	2475	39,40
Сухе цільне молоко, грн./кг	16,00	23,82	48,90
Згущене молоко, грн./кг	4,54	6,81	50,00
Вершкове масло, грн./кг	12,66	20,63	63,00
Фундук, грн./кг	43,98	58,00	31,90
Родзинки, грн./кг	7,85	11,20	42,70

Після того як експорт карамелі до Росії втратив економічний сенс, 12 нових видів шоколадних цукерок з'явилося у Rothen. Торік корпорація дебютувала на ринку плиткового шоколаду з ТМ «Rothen classic». Інтерес до цього сегмента виявляє і «Конті» (компанія має намір налагодити випуск плиткового шоколаду на одній із фабрик), і «АВК» (виробляє невеликі партії преміального шоколаду й шоколаду без цукру), однак цей продукт поки що залишається для даних компаній іміджевою складовою. Закріпитися в цьому сегменті проблематично: він фактично сформований Nestle (ТМ «Світоч», Nestle), Крафт Фудз Україна (ТМ «Корона», Milka), дніпропетровським Рейнфордом (ТМ Rainford, Millenium) та імпортерами Dirol-Cadbury, Ritter Sport, «Победою» (Росія), «Русским шоколадом».

Кондитери переконані, що темпи росту шоколадного сегменту будуть збільшуватись і в наступні роки. Як відмічають власне виробники їх продукція цікава споживачеві тому, що при виготовленні солодоців використовується тільки натуральна сировина.

Аналізуючи кондитерський ринок, варто відмітити зовнішню торгівлю солодощами. Впродовж останніх трьох років в зовнішній торгівлі зберігається стійка тенденція – збільшення імпорту кондитерських виробів, що свідчить про втрату не лише важливої ніші на російському ринку, але й частини внутрішнього. Експорт має позитивну динаміку за виключенням сегменту шоколадних виробів (в 2006 р. скорочення на 15%). Характеристика зовнішньої

торгівлі представлена в таблиці 4.

В сфері зовнішньої торгівлі Україна співпрацює більш як з 40 країнами світу.

Висновки. Загалом можна сказати, що кондитерський ринок в нашій країні сформований та насичений якісними, конкурентними товарами вітчизняних виробників. Українська кондитерська промисловість потужна й більш розвинена, ніж у всіх інших країн-сусідів (виключення складає лише Польща).

Таблиця 4

Зовнішня торгівля кондитерськими виробами [6]

Група товарів	2005 р.		2006 р.		січень-листопад 2007р.	
	тис. т	млн. USD	тис. т	млн. USD	тис. т	млн. USD
Експорт						
Кондитерські вироби з цукру (включаючи білий шоколад) без вмісту какао	67,4	71,7	70,2	79,5	73,4	92,6
Шоколад та інші готові харчові продукти з вмістом какао	150,9	225,8	128,8	248,8	135,8	299,6
Хлібобулочні, кондитерські вироби, з вмістом або без вмісту какао	77,4	81,5	81,8	93,7	95,6	123
Імпорт						
Кондитерські вироби з цукру (включаючи білий шоколад) без вмісту какао	3,8	12,8	3,6	11,9	4,2	16,7
Шоколад та інші готові харчові продукти з вмістом какао	21,5	62,3	26,2	78,5	26,7	92,8
Хлібобулочні, кондитерські вироби, з вмістом або без вмісту какао	15,6	31,9	14,9	33	17,2	42,4

Серед найближчих перспектив розвитку кондитерського ринку України можна виділити наступні.

Великі підприємства будуть продовжувати інвестувати кошти у модернізацію виробництва та випуск продукції, що максимально відповідає попиту споживача.

Частка виробів з цукру без вмісту какао буде скорочуватись, натомість зростатиме виробництво шоколадних та борошняних виробів. Навіть при подальшому скорочення темпів розвитку кондитерської галузі, група шоколадних виробів цього уникне.

Якісно змінюватиметься дизайн упаковки, чого вимагає смак та вподобання самого покупця. Красива, елегантна та вишукана упаковка давно стала обов'язковим інструментом європейського виробника та все більше використовується вітчизняними.

В зовнішній торгівлі можливі значні зміни, якщо Україна стане повноправним членом Світової організації торгівлі. Для українських товаровиробників будуть відкриті ринки країн-членів СОТ, але ймовірна проблема заповнення кондитерського ринку більш дешевим імпортом. Можливе значне збільшення експорту вітчизняної карамелі та патоки, якщо у врегулювання проблеми з ввезним митом в Росію долучаться вищі органи управління державою.

ЛІТЕРАТУРА

1. *А. Дорофєєва.* Все в шоколаді. // *Контракти* № 21. – 2007р.
2. *А. Силивончик.* Мучной дозор. // *Бизнес* № 4(783).- 2008г.
3. *А. Силивончик.* Шоколадный экспресс. // *Бизнес* № 3(782).- 2008г.
4. *Н. Лихолоб.* Карамельное эхо. // *Food and Drinks* № 2.- 2007г.
5. *Статистичний щорічник України за 2006р.*
6. *www.ukrstat.gov.ua*

Надійшла до редколегії 26.02.08 р.