

7. СТАН ТА ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ КОНДИТЕРСЬКОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ

О.В. Гудима

Національний університет харчових технологій

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 [1].

Проблемам розвитку кондитерської галузі присвячені роботи багатьох вітчизняних фахівців, зокрема А.О. Заїнчковського,

Л.М. Закревської, О.М. Ткаченко, Т.В. Лагоди, Л.А. Радкевич, Я.І. Юрик та ін.

На сьогодні виробництво кондитерської продукції є однією з найрозвинутіших галузей харчової промисловості України. Кондитерський ринок є висококонкурентним та насиченим.

Більшу частину продукції виробляють та реалізують 5-10 кондитерських компаній. Основними гравцями на українському кондитерському ринку є Кондитерська Корпорація «ROSHEN», компанія «КОНТІ», компанія «АВК», Корпорація «Бісквіт-Шоколад», Житомирська кондитерська фабрика «ЖЛ», компанія «Nestlé», ПАТ «Полтавакондитер», кондитерська фабрика «Лагода» та ПрАТ «Одесакондитер» [2].

Загальний обсяг виробництва кондитерських виробів становить понад 1 млн. продукції на рік, що дає змогу не лише повністю забезпечити потреби внутрішнього ринку, а й експортувати її у значних обсягах за кордон [3].

Асортимент кондитерської продукції охоплює практично всі групи кондитерських виробів. Зокрема, експорт карамелі, шоколаду і борошняних кондитерських виробів з вмістом або без вмісту какао за останні чотири роки зріс з 814,5 млн. дол. до 1,1 млрд. дол. тобто майже на 36%, і становить близько 40% від загального обсягу виробленої продукції [5].

Головною перевагою українських виробників на зовнішньому ринку найчастіше є ціна на продукцію.

У структурі споживання (і відповідно виробництва) кондитерської продукції стабільно переважає борошняна продукція, зокрема, печиво та вафлі.

Поведінка підприємств у кондитерській галузі обумовлена таким протиріччям – з одного боку, відчувається витіснення підприємств з ринку внаслідок зростання потужностей виробництва ринкових лідерів, з іншого – прихід до галузі нових підприємств. Таким чином, ринок кондитерських виробів в Україні є ринком, який динамічно розвивається, що призводить до необхідності вирішення широкого спектра питань – від проведення досліджень у галузі до формування стратегії поведінки. Цей процес потребує відповідного забезпечення, враховуючи те, що підприємства ринку кондитерських виробів відчувають посилення конкуренції, внаслідок чого виникає необхідність оцінки поточного та перспективного становища підприємства на ринку.

Кондитерська галузь є матеріаломісткою. Вона є одним із провідних споживачів української сільськогосподарської сировини –

цукру, борошна, крохмалопатоки, молока тощо. Тому зростання цін на основну сировину у поточному році, вартість готової продукції кондитерської галузі зростає великими темпами, ніж підвищення доходів населення, тому спостерігається зниження внутрішнього споживання деяких видів кондитерської продукції. Також, через збільшення вартості виробництва таких товарів, як карамель, українські виробники можуть втратити і конкурентні переваги на зовнішніх ринках.

Також виробники мають чутливість до стану ринку какао-бобів. Вони є імпортною сировиною, таким чином, вітчизняні кондитери є досить чутливими до валютних ризиків. Слід зазначити, що в 2013 році є деяке послаблення позицій українських виробників у шоколадному сегменті. Це пов'язано з тим, що 19 вересня 2013 року Верховна Рада України прийняла Закон «Про внесення змін до Митного тарифу України», згідно з яким Митний тариф перебудовується на основі гармонізованої системи кодування ГС-2012, якою користуються в більшості країн світу, в тому числі в ЄС. Даний Закон передбачає підвищення з 5% до 10% ставок ввізного мита на ряд товарних позицій, що виступають сировиною для кондитерської галузі (какао-порошок), а також на кондитерське обладнання (печі хлібопекарські та кондитерські). Підвищення вартості сировини та обладнання відповідним чином має відобразитись на вартості продукції [3].

Важливою проблемою розвитку кондитерської промисловості в Україні є відсутність власних коштів у невеликих підприємств для реконструкції виробництва. Великі компанії не відчувають значної нестачі коштів: вони постійно запроваджують ексклюзивні продуктові лінії, будують нові фабрики, закупають найсучасніше закордонне обладнання. Насамперед, цьому сприяє конкуренція у кондитерській галузі, яка останнім часом стає все більш жорсткою.

Переважає кількість малих виробників кондитерських виробів слабо модернізованих, їхні ринки збуту обмежені, в них відсутні розвинені торгові марки. Вони не конкурують із великими виробниками та займають відносно вільні ніші – виробництво борошняних кондитерських виробів із використанням ручної роботи; робота на замовлення роздрібних торговельних мереж. Завдяки нижчій цінній політиці підприємства скорочують собівартість виробництва за рахунок більш дешевої сировини.

Отже, аналізуючи стан ринку кондитерських виробів в Україні, слід зазначити, що в цілому кондитерська галузь України має передумови для успішного розвитку і високої конкурентоспроможності на внутрішньому і зовнішньому ринках. Більшість малих

кондитерських підприємств потребують заміни застарілого обладнання та впровадження нових технологій, а також залучення інвестиційних коштів задля подальшого ефективного функціонування та розвитку.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Волков В.П. Оцінка рівня монополізму в кондитерській галузі України / В.П. Волков, Л.С. Горошкова // Вісник Запорізького національного університету. – 2010. – №4(8). – С. 181-188.

2. Огляд кондитерського ринку України : Національне рейтингове агентство Рюрик [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://rurik.com.ua>.

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

4. Гагарина А. Шоколадные настроения / А. Гагарина // Хлеб и кондитерка. – 2011. – № 1 (76) янв. – Режим доступа : <http://www.meatbusiness.ua/article.php?p=701&j=1>.

5. Асоціація «Укркондпром» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ukrkondprom.com.ua>.