

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ СВІТОВОГО РИНКУ КОНДИТЕРСЬКИХ ВИРОБІВ

RECENT TRENDS IN GLOBAL CONFECTIONERY MARKET

Анотація. У статті надано характеристику світового ринку кондитерських виробів та досліджено основні тенденції його розвитку. Показано можливі шляхи виходу українських підприємств на даний ринок.

The summary. The article provided description of the world confectionery market and the basic trends of its development. It shows the possible ways for Ukrainian enterprises to enter this market.

Ключові слова: ринок кондитерських виробів, шоколад, експорт, імпорт.

Key words: confectionary market, chocolate, export, import.

Вступ. Щоб іти в ногу з ритмом сучасного життя навіть виробникам солодоців доводиться уважно слідкувати за тенденціями на світовому кондитерському ринку. Смаки споживачів постійно змінюються, еволюціонують, трансформуються. Особливо це стосується солодоців, тому виробники не шкодують ні сил, ні ресурсів на розробку і створення нових продуктів, які здатні привернути увагу покупців.

Постановка задачі. Дослідженню тенденцій українського ринку кондитерських виробів присвятили свої праці такі науковці як О. Галушко, А. Гагаріна, О. Мозгова, С. Заболотний, І. Лазебна та ін. [14; 15; 17; 18; 20]. Світовий же ринок кондитерських виробів попри часткове його вивчення через могутні транснаціональні корпорації представлені в Україні, все ще залишається майже не відомим.

Метою роботи є дослідження стану та тенденцій світового ринку кондитерських виробів з метою виявлення напрямів його освоєння для вітчизняних підприємств.

Методи дослідження: абстрагування, аналіз та синтез, індукція та дедукція, логічний.

Основний зміст. Згідно з доповіддю «Confectioneries: A Global Strategic Business Report», підготовленою Global Industry Analysts (GIA), до 2015 року світовий ринок кондитерських виробів досягне \$186,3млрд. Як пише AP Food Technology, розвитку галузі буде сприяти підвищений попит на продукти, що не містять цукру. Крім того, великою популярністю у вказаний період часу будуть користуватися солодоші з екзотичними смаками. Аналітики GIA також прогнозують збільшення попиту зі сторони покупців на «місцеві» продукти, популярні в тому чи іншому регіоні [13; 19].

Світовий кондитерський ринок поділяють на три сегменти: шоколадний, не-шоколадний та сегмент жувальної гумки. Майже 60% ринку солодошів займає шоколадний сегмент.

У 2008 р., світова кондитерська галузь була оцінена в майже 150 млрд. дол. США, в той час, як у 2009 р. внаслідок світової фінансової кризи ця величина склала лише 54 млрд. дол. США і тільки у середині 2010 року кондитерський ринок зміг досягти колишнього розквіту. Багато в чому таке «відродження» завдячує розвитку галузі в Західній Європі, США, на ринках Бразилії та Китаю. Але слід відзначити, що не зважаючи на загальний занепад в галузі у 2008-2009 роках, попит на кондитерські вироби преміум-класу в цей період зростав [13; 19].

Згідно даних Статистичної бази даних торгівлі споживчими товарами ООН (UNCOMTRADE), яка дослідила обсяги імпорту та експорту солодошів 160 країн світу, імпорт солодошів у 2008 р. становив 22482183,42 млн. тонн, що у вартісному еквіваленті дорівнює 16634,55 млн. дол. США. У 2009 р. обсяг імпорту зменшився і склав 95,67% у кількісному і 92,98% у вартісному вираженні від минулорічних показників. Однак вже з 2010 р., у посткризовий період обсяг імпорту значно зростає і становить 127,88% у кількісному та 130,47% у вартісному вираженні, порівняно з показниками 2008 р. Провідні країни-імпортери солодошів представлено в табл. 1.

Таблиця 1. Провідні країни-імпортери солодошів у 2008-2010 рр.

№	Країна	2008 рік			2009 рік			2010 рік		
		Кількість, млн. тонн	Вартість млн. дол.	Питома вага, %	Кількість, млн. тонн	Вартість млн. дол.	Питома вага, %	Кількість, млн. тонн	Вартість млн. дол.	Питома вага, %
1	США	1927690,59	2038,39	12,25	2354173,54	2118,58	13,70	2621135,72	2727,09	12,57
2	Російська Федерація	2520516,11	1153,87	6,94	1337202,22	688,45	4,45	2211943,95	1390,76	6,41
3	Велико- британія	1512004,91	1477,12	8,88	1428358,38	1272,68	8,23	1207287,54	1074,99	4,95
4	Канада	1426148,02	704,13	4,23	1139611,25	697,69	4,51	1090513,8	1047,37	4,83
5	Республіка Корея	1755237,48	661,84	3,98	1762555,48	733,2	4,74	1737843,51	986,78	4,55
6	Малайзія	1586583,46	478,13	2,87	1627791,98	665,08	4,30	1770017,59	866,29	3,99
7	Китай	550600,1	276,24	1,66	934911,21	361,87	2,34	1589234,82	847,83	3,91
8	Саудівська Аравія	-	-	-	851038	377,56	2,44	1253528,32	792,75	3,65
9	Японія	1414434,31	555,55	3,34	1311170,23	592,49	3,83	1232287,68	790,58	3,64
10	Іран	-	-	-	-	-	-	1815509,88	766,9	3,53
	Всього за 10 країн	12693214,98	7345,27	44,16	12746812,29	7507,6	48,54	16529302,81	11291,3	52,03
	Всього за 160 країн	22482183,42	16634,6	100,00	21509014,53	15466,5	100,00	28300332,39	21703,6	100,00

Джерело: [1]

З таблиці можна побачити, що у 2008 р. лідером з імпорту солодоців була Російська Федерація, а у 2009 р. та 2010 р. першу позицію утримує США. Україна в даному рейтингу посідає 33-є місце, оскільки у 2010 р. імпортувала 247472,21 млн. т. солодоців на суму 161,82 млн. дол. США, іншими словами 0,87% у вартісному та 0,75% у кількісному вираженні від світового обсягу імпорту. Також з таблиці видно, що на 10 провідних країн-імпортерів солодоців у 2008 р. припадає 44,16% світового імпорту кондитерських виробів, у 2009 р. цей показник збільшується до 48,54%, а у 2010 році взагалі становить більше половини світового імпорту - 52,03%.

Серед країн-експортерів кондитерської продукції США знаходиться лише на 12-му місці. Лідером тут є Бразилія (табл. 2). Загалом обсяг експорту в 2008 р. становить 22412887,83 млн. т. або 16,566,02 млн. дол. США. В 2009 р. він, як і імпорт, знижується до 95,91% у кількісному вираженні та 93,18% у вартісному. А в 2010 р. збільшується до 126,19% у кількісному вираженні та 130,67% у вартісному, порівняно з даними 2008 року. Україна серед країн-експортерів кондитерських виробів займає 29-те місце, адже у 2010 р. експортувала 84157,76 млн. т. солодоців на суму 137,94 млн. дол. США., що склало 0,30% у кількісному та 0,64% у вартісному вираженні від світового обсягу експорту. Провідні країни-експортери поступово збільшують обсяги експорту: у 2008 р. на них припадало 52,79% світового експорту кондитерських виробів, у 2009 р. уже 57,83%, а в 2010р. – 64,58%.

Таблиця 2. Провідні країни-експортери солодошів у 2008-2010 рр.

№	Країна	2008 р.			2009 р.			2010 р.		
		Кількість, млн.т.	Вартість млн. дол.	Питома вага, %	Кількість, млн.т.	Вартість млн. дол.	Питома вага, %	Кількість, млн.т.	Вартість млн. дол.	Питома вага, %
1	Бразилія	8632162,88	3264,86	19,71	9035097,15	3737,31	24,21	13851720,17	7403,62	34,20
2	Австралія	2349930,62	824,01	4,97	2375111,46	998,68	6,47	2638076,58	1441,45	6,66
3	Німеччина	242306,63	890,16	5,37	227696,65	789,62	5,12	343164,82	912,7	4,22
4	Китай	444527,16	659,88	3,98	401575,66	589,28	3,82	465213,97	706,37	3,26
5	Тайланд	1709825,56	698,65	4,22	1216655,14	560,63	3,63	966900,25	636,92	2,94
6	Мексика	420852,39	558,77	3,37	622681,44	603,96	3,91	465317,15	632,73	2,92
7	Бельгія	300711,77	688,19	4,15	278622,4	585,26	3,79	296774,54	596,06	2,75
8	Нідерланди	193576,89	597,02	3,60	196428,36	565,38	3,66	175472,18	566,95	2,62
9	ОАЕ	28094,68	15,28	0,09	37859,45	22,67	0,15	1339404,67	563,2	2,60
10	Франція	382099,34	548,71	3,31	355785,99	474,43	3,07	475325,96	520,7	2,41
	Всього за 10 країн	14704087,92	8745,53	52,79	14747513,7	8927,22	57,83	21017370,29	13980,7	64,58
	Всього за 160 країн	22412887,83	16566,02	100,00	21496706,87	15437,01	100,00	28283198,39	21647,24	100,00

Джерело: [1]

Кондитерська індустрія являє собою групу величезних компаній по всьому світу, які виготовляють різні види шоколаду, жувальної гумки та цукерок, а також інших продуктів з какао [12]. У вищеназваних країнах-експортерах знаходяться, як правило, лише фабрики. При цьому офіси компаній-лідерів кондитерського ринку розміщуються в зовсім інших країнах.

У 2011 р. п'ятірка лідерів кондитерського ринку така: Mars Incorporated, Nestle SA, The Ferrero Group, Cadbury і Kraft Foods (табл. 3) [11; 12].

Таблиця 3. Лідери світового кондитерського ринку в 2011р.

№	Кондитерська компанія	Продажі млрд. дол. США	Число працівників	Кількість фабрик (по всьому світу)
1	Mars Inc. (Virginia USA)	16,50	65000	1353
2	Nestlé SA (Vevey, Switzerland)	11,39	283000	4563
3	Ferrero Group (Piedmont, Italy)	8,99	21600	18
4	Cadbury PLC (London, UK)	8,81	47000	64
5	Kraft Foods Co. (Illinois USA)	8,33	98000	1683

Джерело: розроблено автором на основі [11].

Поряд із зазначеними в таблиці компаніями, світового визнання досягли The Hershey Company, Lindt & Sprüngli, WM. Wrigley JR. Company, Orkla ASA, Perfetti Van Melle SpA, Chupa Chups S.A. Разом топ-10 компаній займають близько 54% світового ринку кондитерських виробів [4].

Як бачимо, жодна з українських компаній не входить до переліку лідерів світового кондитерського ринку. Щоб з'ясувати причину цього, зробимо екскурс в історію, завдяки якому дізнаємося, як саме вищеназвані компанії досягли успіху.

Mars Incorporated була офіційно заснована в 1920 р. Франком Марсом і почала виготовляти шоколадні батончики. На даний час вона всесвітньовідома: має 23 зареєстрованих бренди кондитерських виробів, 28 – жувальних гумок, 5 марок напоїв, 8 – інших продуктів харчування, а також 10 кормів для тварин. Серед найбільш відомих: Milky Way®, Snickers®, Bounty®, MARS®, TWIX®, M&M®, SKITTLES®, ORBIT®, а також корми для собак та котів PEDIGREE®, WHISKAS®, ROYAL CANIN®. До складу

компанії також входить госпіталь для тварин BANFIELD PET HOSPITAL. Зареєстрованими офіційно є не лише торгові марки, а й слогани: Together for the life of your pet®[7].

Генріх Нестле, німецький фармацевт, який працював у місті Веве на заході Швейцарії, заснував The Nestle Company у 1866. У 1875, Нестле та його друг, Даніель Пітер, віднайшли спосіб змішувати молоко з какаовою пудрою і створили молочний шоколад. Нестле та Пітер заснували компанію, яка стала провідним світовим виробником шоколаду уже в 20тому столітті [12]. Продукція компанії представлена в таких категоріях, як кава та напої (Nescafe, Nesquick), кулінарія (ТОРЧИН, МІВІНА), кондитерські вироби (Aero, KitKat, Wonka), дитяче харчування (NAN), каші (Быстров), готові сніданки (Fitness) та корми для домашніх тварин (Dog Chow, Friskies, Purina) [8; 9].

Ferrero SpA – є сімейним бізнесом, заснованим у 1946 П'єтро Фереро, зі штаб-квартирою в Італії. Дослідження, проведені Інститутом репутації у 2009 р. показали, що компанія Ferrero має найкращу репутацію в світі. Ferrero виготовляє такі популярні продукти як Ferrero Rocher®, Nutella®, Kinder Surprise®, Kinder Chocolate®, Kinder Bueno®, Kinder Pinguì®, Raffaello®, Mon Chéri®, Tic Tac® [3].

Джон Кедбері відкрив магазин у 1824 р. і продавав там каву, чай і гарячий шоколад як альтернативу алкогольним напоям. Компанія продовжувала зростати в одну з найбільших у світі кондитерських акціонерних компаній. Cadbury була викуплена компанією Kraft Foods у 2010 р., тому, якщо рахувати показники їх діяльності разом, то Kraft/Cadbury є найбільшим світовим виробником шоколаду і цукерок в кондитерській галузі. Асортимент продукції Cadbury досить широкий: це і гарячий шоколад, морозиво, шоколадні батончики. Компанія має свій логотип, а вся продукція випускається під власними торговими марками. Лише шоколадних батончиків є 19 найменувань: Freddo, Curly Wurly, Brunch, Snack, Fudge, Picnic, StarBar, Timeout, Dream, Flake, Boost, Decker, Bournville, Chomp, Dairy

Milk, Dairy Milk Bliss, Wispa, Twirl, Crunchie [2]. Напевно, для компанії світового рівня така їх кількість є цілком виправданою. В Україні дана компанія більш відома завдяки жувальним гумкам DIROL та STIMOROL.

Kraft Foods Co. – всесвітньовідома компанія, яка діє не тільки на ринку кондитерських виробів, де представлена шоколадними (Milka, Toblerone, Côte d'Or, Alpen Gold, Alpen Gold Composition, Воздушный, Чудный вечер, КОРОНА) та бісквітними виробами, а також борошняними та кондитерськими виробами Alpen Gold Chocoflife, OREO, HALLS, TUC, Барни, Причуда, Шокобарроко, Торнадо, Юбилейное, але й на ринку кави (Carte Noire, Jacobs, Maxwell House, TASSIMO), солоних снеків (картопляні чіпси Estrella, ЛЮКС) та жувальної гумки DIROL [5]. Історія даної компанії налічує незліченне число об'єднань та злиттів різних компаній, тому описувати її детально немає сенсу. Зазначимо лише, що провідною стратегією тут є купівля вже існуючих невеликих компаній у різних країнах світу, які вже мають свої бренди, і подальший їх розвиток.

У 1894р. Мілтон Херші вирішив виготовляти шоколад для глазурування ним карамельних цукерок. Херші почав випускати шоколад у батончиках, вафлях та інших формах. У той період історії, шоколад вважався продуктом розкоші та був доступним лише багатим людям. Мілтон Херші запровадив масовий випуск на своїй фабриці, зробивши шоколад доступним [12]. Hershey Company зі штаб-квартирою у Пенсильванії (США) випускає шоколад під торговими марками Hershey's Kisses, Kit Kat та інші, і посідає станом на 2011 рік шосту позицію серед лідерів світового ринку кондитерських виробів [21].

Наразі виробники кондитерської продукції вкладають багато коштів у розробку нових солодоців та їх просування. Чим сильніша конкуренція між брендами, чим більш розвинутим є той чи інший ринок, чим більше споживачі занепокоєні станом свого здоров'я, тим більше коштів витрачає виробник на розробку та рекламу інноваційних продуктів. Сучасні технології

розробки брендів та їх просування на ринку акцентують увагу на безпеці продукту для здоров'я споживачів, а також корисності для організму людини.

Розширення асортименту популярних брендів у 2011 р. залишалось домінуючою тенденцією шоколадного сектору. Концерн Nestle' став світовим лідером на ринку новинок при достатній активності інших лідерів [16; 19].

В секторі шоколаду спостерігалось найбільше презентацій новинок, фактично частка шоколадного сектору склала 65% від загального числа нових продуктів, що з'явилися на ринку в цьому році. Частка новинок серед цукристих солодоців склала близько 30% [16; 19].

Міні-формат цукерок та інших солодоців став новою тенденцією кондитерського ринку. Стала популярною концепція «поділись з друзями». У багатьох європейських країнах виробники представили новинки в серії давно популярних серед споживачів брендів у новому форматі – у великих зручних упаковках [16; 19].

Крім того, в доповіді «Confectioneries: A Global Strategic Business Report» йдеться про те, що шоколад (цукерки, плитки та батончики) сьогодні займають найбільшу частку кондитерського ринку. На відміну від усіх інших «солодких» сегментів, шоколад пережив кризу відносно спокійно – спад в цьому сегменті якщо і був, то незначний. Особливо популярними в цей період були шоколадні цукерки в коробках, особливо асорті. Порівнянні з 2008 р. у 2009 році на ринку з'явилось приблизно стільки ж нових кондитерських виробів. В деяких регіонах цей показник був навіть вищий – особливо сприятливий стан справ було відмічено на Близькому Сході, в Азії, Африці та Латинській Америці [13].

Європа являє собою найбільший регіональний ринок кондитерської продукції, особливо шоколаду та жувальної гумки. Ринки США та Азії дещо їй поступаються [4]. Можливо, це тому, що найбільше шоколадних солодоців споживають саме в Європі (рис. 1).

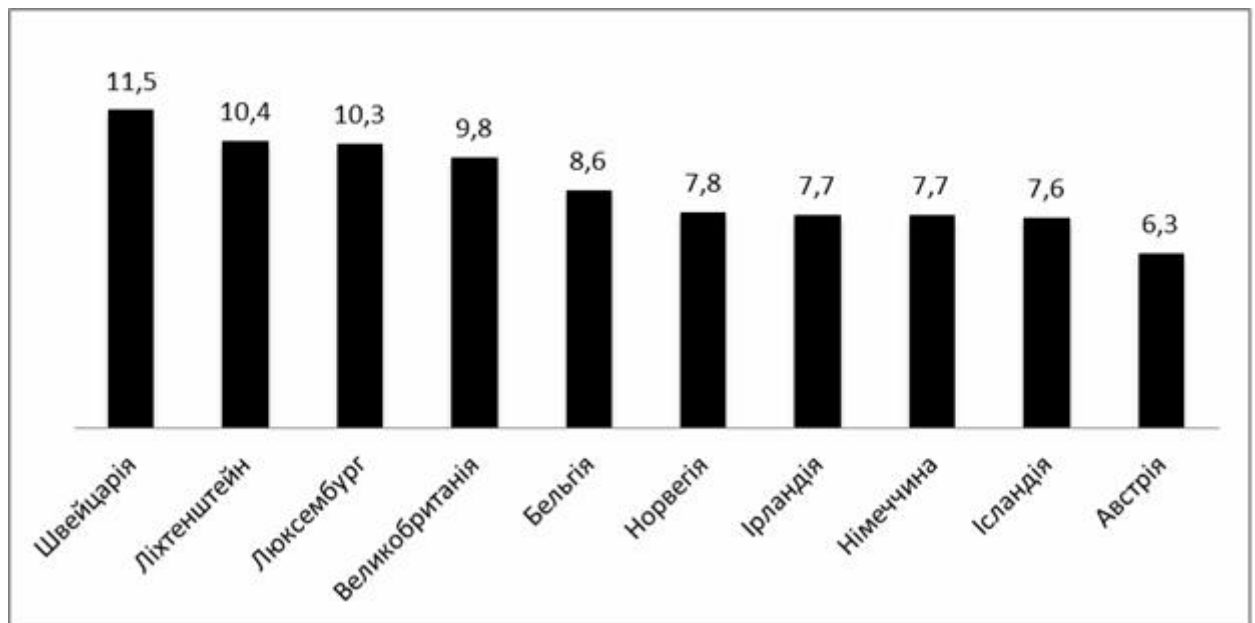


Рис. 1. Споживання солодоців на одного жителя, кг/рік [6]

Таблиця 4. Споживання солодоців на одного жителя, кг/рік

Назва країни	Споживання шоколаду на одного жителя, кг/рік
Швейцарія	11,5
Ліхтенштейн	10,4
Люксембург	10,3
Великобританія	9,8
Бельгія	8,6
Норвегія	7,8
Ірландія	7,7
Німеччина	7,7
Ісландія	7,6
Австрія	6,3

Джерело: розроблено автором на основі [6].

2011 рік характеризується тенденцією скорочення продажу кондитерських виробів в Європі і основною причиною цього слід вважати брак якості кондитерських виробів. У першому півріччі 2011 року європейські кондитерські компанії випустили близько 27% від загального обсягу продуктів кондитерських виробів в світі. Кожні два з десяти нових продуктів, за заявою виробників, не містять цукру або містять його в мінімальній кількості. Проте, велика частина новинок, на думку аналітиків, відрізняється вкрай низькою якістю.

Зробивши наголос на низькому вмісті цукру в продуктах, виробники не отримали бажаного росту продажів, оскільки дослідження показали, що споживачі готові віддавати перевагу не тим продуктам, які містять низьку кількість цукру або не містять його зовсім, а тим, які відрізняються специфічними властивостями, які сприяють поліпшенню здоров'я. Тенденції спаду обсягів реалізації кондитерських виробів притаманні і найбільшим європейським ринкам Німеччини, Великобританії, Франції, Іспанії [10].

Висновки. Проаналізувавши тенденції розвитку світового кондитерського ринку в цілому, і європейського регіонального зокрема, можна зробити наступні висновки:

Успіху на ринку досягли ті компанії, що працюють на ринку вже не одне століття, мають «гудвіл», велику кількість брендів, відомих по всьому світу. Крім того, деякі компанії не обмежуються лише ринком кондитерських виробів, а реалізують продукти харчування, напої, корми для тварин. Це, на нашу думку, є додатковим фактором конкурентної переваги вищезазначених компаній в умовах гострої конкурентної боротьби.

Основними тенденціями на ринку є введення новинок. Це і нові смаки солодоців, і розкрутка нових брендів. Ключовим терміном тут виступає «новизна». Споживачам пропонують спробувати те, чого вони раніше не споживали і це здатне зацікавити допитливих покупців.

Важливим фактором успіху виступає розподіл часток ринку між видами солодоців. На першому місці – шоколад із часткою 60%, далі – сектор жувальної гумки, після нього – все інше. Це стало для нас несподіваним відкриттям, адже на українському ринку все навпаки: на першому місці – борошняні кондитерські вироби, і лише потім шоколад, а жувальна гумка для вітчизняних виробників взагалі неосвоєна сфера.

Саме тому для виходу українських кондитерських підприємств на зовнішні ринки основний наголос потрібно робити на шоколад, на розкрутку власних брендів та на введення новинок з незвичайними смаками, які можуть зацікавити закордонних покупців. Однак через обмежені можливості

інвестиційної діяльності українських кондитерських підприємств, останнім не так і просто вийти на зовнішній ринок. Ускладнюється дана процедура ще й значними витратами на маркетингові дослідження перспективного ринку, проте, якщо правильно скоординувати роботу у бажаному напрямку, то можна досягти очікуваного результату, наслідком чого буде отримання вітчизняними підприємствами стійких конкурентних переваг та максимальної вигоди на ринку.

Література:

1. APEDA AgriExchange: the changing face of agri business [Electronic resource]. // Procedure of access: http://agriexchange.apeda.gov.in/product_profile/
2. Cadbury PLC [Electronic resource]. // Procedure of access: <http://cadbury.co.uk/>
3. Ferrero SpA [Electronic resource]. // Procedure of access: <http://www.ferrero.com/products/>
4. Global Industry Analysts [Electronic resource]. // Procedure of access: <http://www.strategyr.com/pressMCP-2210.asp>
5. Kraft Foods Официальный сайт [Электронный ресурс]. // Режим доступа: <http://www.kraftfoods.ru/kraft/page?PageRef=1>
6. Maps of World [Electronic resource]. // Procedure of access: <http://www.mapsofworld.com/world-top-ten/world-top-ten-chocolate-confectionery-consumer-countries.html>
7. Mars Chocolate North America [Electronic resource]. // Procedure of access: <http://www.mars.com/global/index.aspx>
8. Nestlé S.A. [Electronic resource]. // Procedure of access: <http://www.nestle.com/Brands/Petcare/Pages/PetcareCatalogue.aspx>
9. Nestlé Ukraine [Electronic resource]. // Procedure of access: <http://www.nestle.ua/brands/kasha/Pages/porridge.aspx>
10. Smart Logistics [Electronic resource]. // Procedure of access: <http://smartlogistics.com.ua/uk/news?id=39>

11. TOP-5 of anything.com [Electronic resource]. // Procedure of access: <http://www.top5ofanything.com/index.php?h=efb06b00>

12. Wise GEEK clear answers for common questions [Electronic resource]. // Procedure of access: <http://www.wisegeek.com/what-is-the-confectionery-industry.htm>

13. Беньковская Т. Самую большую долю на мировом кондитерском рынке сегодня имеет шоколад //Офіційний веб-сайт журналу Pakkograff [Електронний ресурс] // Режим доступу: <http://www.upakovano.ru/articles/3682>

14. Гагарина А. Шоколадные настроения / А. Гагарина // Хлеб и кондитерка. — 2011. — № 1 (76) янв. — Режим доступа : <http://www.meatbusiness.ua/>

15. Галушко О. С. Тенденції розвитку ринку кондитерських виробів та особливості трансформації у системі цінностей його учасників / О. С. Галушко // Актуальні проблеми економіки. — 2009. — № 1. — С. 15—21.

16. Евпланов А. Этот сладкий Новый год // Российская бизнес-газета: Офіційний веб-сайт [Електронний ресурс] // Режим доступу: <http://www.rg.ru/2011/12/13/konfeti.html>

17. Закревська Л. М. Сучасний стан та перспективи розвитку експортної політики підприємств кондитерської промисловості України / Л. М. Закревська // Економіка: проблеми теорії та практики : зб. наук. пр. — Д. : ДНУ, 2004. — С. 752—757.

18. Лазебна І. Ринок кондитерських виробів України [Електронний ресурс] // Режим доступу: http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/tovary/2011_1/9.pdf

19. Мировой рынок кондитерских изделий достигнет 186 миллиардов долларов./ Ассоциация производителей мыловаренной и масложировой продукции (АПМП) Офіційний веб-сайт [Електронний ресурс] // Режим доступу: <http://nkoarmp.org/mirovoj-rynok-konditerskix-izdelij-dostignet-186-milliardov-dollarov/>

20. Мозговая О. И. Анализ рынка кондитерских изделий / О. И. Мозговая, С. Г. Заболотный // УкрАгроКонсалт. — 2009. — № 3. — С. 8.

21. Студия исследования розницы RetailStudio [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://retailstudio.org/news/17139.htm>