

## ОЦІНКА СПОЖИВЧИХ ВПОДОБАНЬ НА РИНКУ КОНДИТЕРСЬКИХ ВИРОБІВ

**Страшинська Л.В.**

д.е.н., професор

Національний університет харчових технологій

[vip1967@ukr.net](mailto:vip1967@ukr.net)

**Усенко О.**

здобувач

Національний університет харчових технологій

Протягом останніх років у світі набирає популярності тренд здорового способу життя і здорового харчування, впливаючи як на світову, так і вітчизняну кондитерську галузь. У зв'язку з початком у 2019 році пандемії COVID та наступним введенням жорстких карантинних обмежень занепокоєність населення питаннями здоров'я і здорового харчування, зокрема, лише зростає. Люди стали більш ретельно підходити до вибору продукції, приділяти більше уваги складу і віддавати перевагу натуральним та органічним продуктам, що в повній мірі стосується і кондитерських виробів.

В Україні споживання кондитерських виробів характеризується певною сезонністю – більше споживається продукції восени і взимку, менше – влітку. Також попит на кондитерську продукцію зростає під час новорічних свят і 8 березня. Найбільші обсяги виробництва кондитерських виробів припадають на жовтень, найменші – на травень-червень.

В Україні спостерігається зниження споживання хлібних виробів, а також цукру, який є важливою складовою кондитерських виробів. Головна причина падіння споживання в цих категоріях – тренд на здорове харчування. Серед хлібних виробів можна знайти продукцію, яка підходить під правила здорового способу життя, тому темпи падіння споживання хлібних виробів менші, ніж темпи падіння споживання цукру.

Крім зазначених тенденцій основними причинами проблемного становища ринку кондитерських виробів є:

- зниження попиту на кондитерські товари передусім через зниження купівельної спроможності населення;
- зростання вартості сировини (борошна, цукру, яєць, какао);

- загострення конкуренції з боку імпортованої продукції внаслідок встановлення зони вільної торгівлі між ЄС та Україною;
- зростання боргового навантаження окремих виробників через скорочення прибутків й залежність від імпортованої сировини.

Окрім цього, для ринку кондитерських виробів характерні такі тенденції:

- вплив пандемії COVID-19;
- домінування на ринку вітчизняної продукції, адже вона сильно виграє в ціні порівняно з імпортованою;
- збільшення часток великих гравців на ринку («Конті», «ROSHEN», «Монделіс» та інші);
- зростання обсягів експорту, в тому числі найбільшим гравцем на ринку – «ROSHEN»;
- розвиток ритейлерами власного виробництва, а також крафтового сегменту Кондитерський ринок України не обмежується лише відносинами в системі «виробник – кінцевий споживач». Тут існує й розвивається сегмент, який дуже цікавий для міні-пекарень, операторів готельно-ресторанного сектора, сервісів швидкої доставки їжі в офіси та інших бізнесів із сфери громадського харчування.

Основними факторами розвитку цього сектора ринку є: зростання кількості міні-пекарень, які можуть дуже легко змінювати асортимент продукції відповідно до запитів клієнтів; популярність пекарень-кафе, де можна не лише придбати свіжий кондитерський виріб, але й одразу спробувати його; широке застосування при виробництві продукції сучасних автоматизованих машин, що дозволяють виробляти широкий спектр продукції високої якості [1].

Також для ринку кондитерських виробів характерним є переважання обсягів експорту над обсягами імпорту. Україна експортує 27% всієї виготовленої продукції даної категорії, що свідчить про позитивну репутацію української продукції на світовому ринку.

Щорічно в Україні змінюється прожитковий мінімум, і відповідно владою переглядається споживчий кошик. У 2020 р. вартість мінімального продовольчого кошика становила 42,1% від мінімальної заробітної плати. Частка кондитерських виробів в загальному обсязі споживання на 1 особу склала 1,5%, що в натуральному вираженні становить 6 кг на рік [2].

У 2019 р. дослідницькою компанією UMG було проведено Всеукраїнське маркетингове дослідження споживчих переваг на ринку кондитерських виробів. Дане дослідження дозволило проаналізувати особисті переваги українських споживачів, вивчити купівельну поведінку щодо місць та обставин покупки, а також вивчити попит споживачів на кондитерські вироби. Так, останнім часом прослідковуються наступні тенденції:

- спостерігається стрімке зростання попиту на борошняні кондитерські вироби, серед них – кекси, круасани, торти, рулети та печиво. Підвищена увага споживачів до цієї групи виробів зумовлена її ціною доступністю для широких мас населення, а також досить високою поживною цінністю;
- споживачі починають сприймати і цінувати борошняні кондитерські вироби як окремий продукт. Усе частіше увага споживачів акцентується на смакових та якісних характеристиках товару. Зростає потреба у виробках більш високої якості, більшого ступеня свіжості, м'якості, з іншим, якіснішим рівнем нарізки, автентичної текстури, аромату та смаку. Як наслідок, зростає потреба в борошняних кондитерських виробках меншого розміру;
- попитом починають все більше користуватися брендovanі та упаковані кондитерські вироби, легенда бренда та історія створення кондитерських виробів стають на ринку все важливішими;
- у споживачів з'явився особливий інтерес до нових смаків: крім відомих класичних смаків начинок, стали користуватися попитом і новинки з екзотичними фруктами, а також унікальні комбінації смаків (наприклад, такі, як шоколад з м'ятою) [3].

В Україні купівлею продуктів, у тому числі кондитерських, займаються переважно жінки. З них 40% – домогосподарки, які не мають постійного місця роботи. Вікова структура рівномірно розподілена, і лише категорія жінок 45–55 років трохи вирізняється на загальному тлі і становить близько 21%.

Українці досить консервативні у виборі солодошів і вважають за краще залишатися вірними одному бренду. Головний критерій при покупці – свіжість і якість.

Чоловіки купують кондитерські вироби для швидкого перекусу на роботі, в дорозі або вдома перед сном. Вони обирають просте галетне або пісочне печиво, вафлі «Артек», пряники без начинки. Жінки, в свою чергу, розглядають кондитерські вироби як антистрес і джерело насолоди. Тому вони частіше обирають вироби з начинкою, солодкою помадкою або глазур'ю.

Велика частина споживачів при купівлі кондитерських виробів керується критеріями, до яких відносяться зовнішній вигляд і свіжість продукту (34%), тобто виріб має бути правильної форми без видимих тріщин і дефектів. Смакові якості також важливі при виборі для 29% споживачів. Наступний критерій – аромат (21%). Запах випічки і кондитерських виробів приваблює споживача до купівлі, асоціюючись з теплом і домашнім затишком. Також важлива ціна виробів (9%), проте оскільки кондитерські вироби не є повсякденним продуктом, тож цей критерій займає досить малу частку [4].

На основі оцінки споживчих вподобань на ринку кондитерських виробів, можна виділити наступні тренди, які в майбутньому будуть впливати на поведінку покупців:

– переосмислення цінності здоров'я. Кожна криза, пов'язана з хворобою, змушує споживачів все більше замислюватись над своїм здоров'ям. Використання корисних інгредієнтів, органічні та веганські продукти та обов'язкове роз'яснення цієї користі на упаковці та в маркетингових матеріалах – буде залишатися в тренді;

– «близькість» до споживача. Пандемія та карантинні заходи можуть повернути увагу споживачів до локальних виробників та домашньої випічки. Під час і після пандемії взаємодія зі споживачами буде важливішою, ніж будь-коли. Часто споживачі купують не сам продукт, а історію, яка стоїть за цим продуктом, – історію створення виробництва, давнього чи інноваційного рецепту, цінностей бренду, соціальної складової;

– прозорість. Ще задовго до початку пандемії споживачі ставали все більш обізнаними та все більше цікавилися інгредієнтами харчових продуктів та місцем їх походження. Світова пандемія тільки посилила цей тренд – виробник має надати споживачу почуття контролю, тобто надати детальну інформацію про походження товарів та їх інгредієнтів;

– замітники цукру. Крім звичних підсолоджувачів по типу меду, кленового сиропу або стевії, з'являється все більше фруктових та овочевих варіантів. Наприклад, концентрованих сиропів з граната, кокоса і навіть батата.

– низька калорійність десертів без втрати смаку. Поступовий перехід з тваринної на рослинну основу десертів спричиняє скорочення калорійності страви. А це сприятливо позначається на фігурі і загальному самопочутті;

– випічка з «корисного борошна». Все більше кондитерів надають перевагу виробам з борошна горіха кеш'ю, кокосового, лляного та інших альтернатив пшеничного борошна вищого сорту, які не містять алергенів пшеничного борошна.

Зважаючи на все викладене вище, можна зробити наступні висновки. Вітчизняні виробники переважно задовольняють потреби покупців, однак залишається простір для нової продукції, оскільки частина попиту задовольняється імпортованою продукцією (9%) – переважно унікальні смакові рішення, яких не надає вітчизняний виробник. З огляду на регулярне здорожчання сировини для виробництва кондитерських виробів, роздрібні ціни й надалі показуватимуть динаміку зростання. При виборі досліджуваного товару, споживачі, в першу чергу, звертають увагу на склад і смакові якості. Також важливу роль відіграє вартість товару: особливо, з огляду на зниження реальних доходів, споживачі вважають за краще обирати товар в низькому і середньому цінових сегментах.

Отже, на ринок кондитерських виробів впливає безліч факторів. Нинішній стан економічної, політичної ситуації в Україні й особливо ситуації з пандемією не сприяє активному розвитку бізнесу. Стримуючим фактором для розвитку ринку в майбутньому буде поширення ідей здорового способу життя, оскільки цей спосіб життя виключає досліджувану продукцію. Проте разом з відновленням

економіки деяке зростання покаже й купівельна спроможність населення. Остаточне вирішення конфлікту на Донбасі поки не виглядає таким, що скоро настане, однак, не дивлячись на збереження невирішених військово-політичних питань, ринок покаже позитивну динаміку після 2022 року.

### Список літератури

1. Мокряков А. Обзор рынка «здоровых» хлебобулочных изделий. *Хлібний і кондитерський бізнес*. 2021. №4 (87). С. 14–18.
2. Мокряков А. Огляд ринку кондитерських борошняних виробів України. *Хлібний і кондитерський бізнес*. 2021. №8 (91). С. 14–22.
3. Тренды-2021 на рынке хлебобулочных и кондитерских изделий. *Хлібний і кондитерський бізнес*. 2021. №5 (88). С. 22–26.
4. Смакуємо з користю. *Хлібний і кондитерський бізнес*. 2021. №3 (86). С. 20–21.