



Разумова Ганна Вікторівна<sup>1</sup> , Оскома Олена Володимирівна<sup>2</sup> 

Razumova H.

Oscoma O.

## КОНДИТЕРСЬКИЙ РИНОК УКРАЇНИ: АНАЛІЗ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

CONFECTIONERY MARKET OF UKRAINE: ANALYSIS AND  
PROSPECTS OF DEVELOPMENT

### АНОТАЦІЯ:

Метою дослідження є здійснення аналізу стану кондитерського ринку України та визначення перспектив його розвитку. Встановлено структуру ринку виробництва кондитерської продукції та динаміку обсягів виробництва різноманітних видів кондитерських виробів України. Проаналізовано діяльність лідерів українського ринку кондитерських виробів, а також осно-вні тенденції розвитку цього ринку. Досліджено існуючий попит на кондитерську продукцію як в Україні, так і в інших країнах, що дозволило визначити перспективи для його подальшого зростання. Представлено проблеми та перспективи розвитку кондитерського ринку України. Визначено, що стабільний розвиток кондитерської галузі для економіки країни дасть змогу паралельно стимулювати розвиток та зростання обсягів виробництва у сфері сільського господарства, транспортно-логістичній сфері, торгівлі, підвищити зайнятість населення, а також суттєво підвищити експортний потенціал країни.

### ABSTRACT:

The purpose of the study is to analyze the state of the confectionery market in Ukraine and determine the prospects for its development. The structure of the confectionery market and the dynamics of production of various types of confectionery in Ukraine are established. The activity of the leaders of the Ukrainian confectionery market is analyzed, as well as the main trends in the development of this market. The existing demand for confectionery products both in Ukraine and in other countries was studied, which allowed to determine the prospects for its further growth. Problems and prospects of development of the confectionery market of Ukraine are presented. It is determined that the stable development of the confectionery industry for the country's economy will simultaneously stimulate the development and growth of the production in agriculture, transport and logistics, trade, increase employment, and significantly increase the country's export potential.

---

<sup>1</sup> кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри аналітичної економіки та менеджменту Дніпропетровського державного університету внутрішніх справ, УКРАЇНА

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor at the Department of Analytical Economics and Management Dnipropetrovsk State University of Internal Affairs, UKRAINE

<sup>2</sup> кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри аналітичної економіки та менеджменту Дніпропетровського державного університету внутрішніх справ, УКРАЇНА

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor at the Department of Analytical Economics and Management Dnipropetrovsk State University of Internal Affairs, UKRAINE

## **ВСТУП.**

Кондитерський ринок України сильно змінився в умовах системної економічної кризи: ключові гравці здали свої позиції, а покупці вже поіншому підходять до вибору солодошів. Кондитерські вироби – солодоші, з високою харчовою цінністю, яскравим візуальним оформленням і унікальним ароматом. Основна сировина для приготування продукції – це цукор і його замітники, наприклад, мед. До складу виробів найчастіше входять такі інгредієнти: борошно, молоко, жири, какао, горіхи, харчові барвники.

Маркетинговим дослідженням присвячено наукові праці таких світових вчених-маркетологів як: П. Роуз, М. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоурі, Ф. Армстронг, Ф. Котлер, Дж. Грейсон та ін. Серед основних публікацій доцільно виділити роботи таких зарубіжних авторів, як М. Дж. Бейкер, К. Л. Келлер, Г. Ассель, П. Друкер, Т. Левіт, а також роботи вітчизняних учених А. Ф. Павленка, А. В. Войчака, А. О. Старостіної, К. П. Пілова, Л. В. Балабанової, Н. К. Мойсеєвої, С. Я. Касян, С. С. Гаркавенко та інших.

Проте, незважаючи на численні наукові праці та їх важливе наукове значення, потребують подальших досліджень проблеми, що виникають на окремих вітчизняних ринках, зокрема кондитерського, під впливом мінливих факторів внутрішнього та зовнішнього середовища, а також враховуючи посилення глобалізаційних процесів.

*Мета дослідження* – аналіз стану кондитерського ринку України та визначення перспектив його розвитку.

## **ОСНОВНА ЧАСТИНА.**

У 2020 році ринок кондитерської продукції приблизно на 90-91% забезпечувався внутрішнім виробництвом. Імпорт кондитерської продукції в Україну за результатами 2020 року склав приблизно 60 тис. т., що займає 9-10% всього обсягу українського виробництва кондитерської продукції, тобто українські компанії спроможні в повній мірі забезпечувати потреби внутрішніх споживачів на кондитерську продукцію. Також треба відзначити, що українські виробники після втрати експортних поставок на ринки Російської Федерації та інших країн Митного Союзу протягом 2017 – 2018 років займались оптимізацією своїх бізнес процесів, проводили диверсифікацію бізнесу, здійснювали пошук перспективних напрямків збуту продукції та вдосконалювали якість кондитерської продукції для виходу на ринки Європи та розвитку нових експортних можливостей.



Частка кожного із сегментів на ринку кондитерських виробів України зображена на рисунку 1.

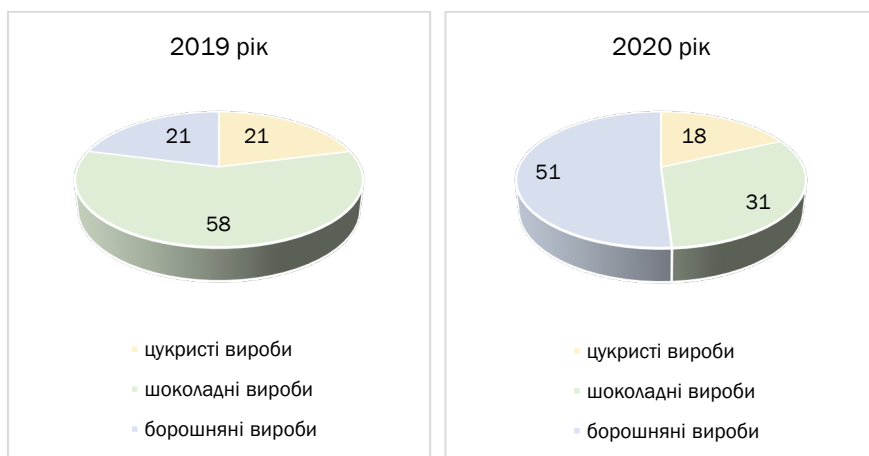


Рис. 1. Структура ринку виробництва кондитерської продукції в Україні у 2019 та 2020 роках, %

Джерело: [1].

Зростання виробництва борошняних виробів зумовлене насамперед їх високою поживною цінністю та ціною доступністю для широких мас населення, що особливо проявляється в умовах падіння доходів населення.

Досліджуючи попит на ринку кондитерських виробів України, відзначимо перспективи для його подальшого зростання. Адже рівень споживання цих товарів на душу населення становить лише 7,4 кг і за цим показником Україна знаходиться на восьмому місці у світі [2].

Аналіз динаміки виробництва кондитерських виробів українськими компаніями свідчить про таке: у 2019 році в Україні зменшилися обсяги виробництва солодкого печива, але збільшилися обсяги виробництва інших видів продукції, таких як шоколад, цукерки шоколадні, карамель, тофі та аналогічні солодоці.

Проведений аналіз свідчить про те, що виробництво шоколаду та шоколадних цукерок забезпечує кондитерським підприємствам великі обсяги реалізації товарів у грошовому вираженні. На українському кондитерському ринку панує висока конкуренція: наразі функціонують понад 900 компаній. Відповідно прийнятої класифікації видів економічної діяльності (КВЕД) ці компанії відносяться до таких класів:

Клас 10.72 – Виробництво сухарів і сухого печива; виробництво борошняних кондитерських виробів, тортів і тістечок тривалого зберігання. Цей клас включає:

- виробництво сухарів, сухого печива, соломки, вафель, пряників, бубликів, сушки та інших хлібобулочних виробів тривалого зберігання;
- виробництво тортів, тістечок, пирогів і бісквітів тривалого зберігання;
- виробництво закусочних продуктів (печива, крекерів, кренделів тощо), солодких або солоних.

- виробництво тістечок, печива та інших борошняних кондитерських виробів із вмістом соєвого молока.

Клас 10.82 – Виробництво какао, шоколаду та цукрових кондитерських виробів. Цей клас включає:

- виробництво какао-порошку, какао-масла, какао-жиру, какао-пасту;
- виробництво шоколаду та шоколадних кондитерських виробів;
- виробництво цукрових кондитерських виробів: карамелі, нуги, помадки, білого шоколаду; виробництво жувальної гумки;
- виробництво глазурованих, зацукрованих фруктів, плодів, горіхів, шкірки плодів та інших частин рослин; виробництво драже і пастилок.

Цей клас також включає: виробництво халви.

Кількість суб'єктів господарювання за видами економічної діяльності в Україні протягом 2010 – 2019 років представлені на рисунках 2 та 3.

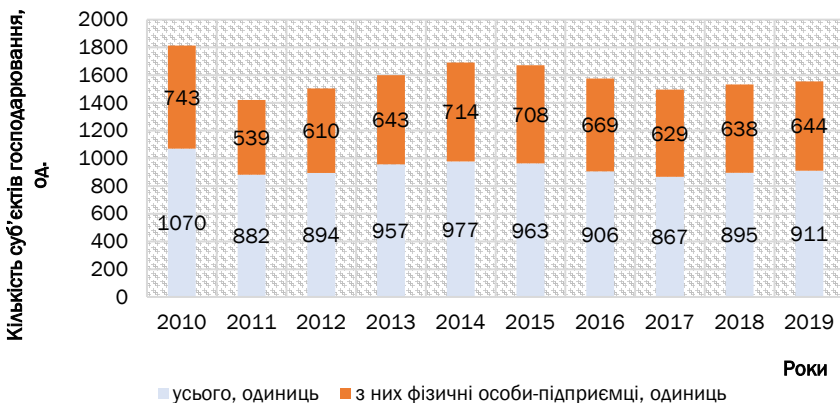


Рис. 2. Кількість суб'єктів господарювання за видом економічної діяльності – 10.72 «Виробництво сухарів і сухого печива; виробництво борошняних кондитерських виробів, тортів і тістечок тривалого зберігання» у 2010-2019 роках  
Джерело: побудовано авторами за даними [3]

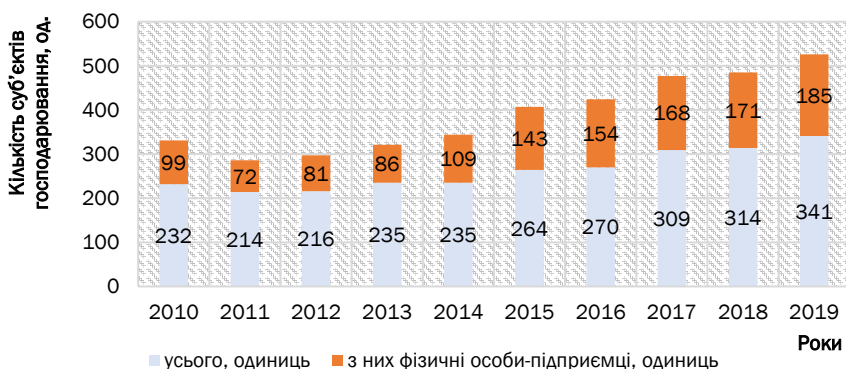


Рис. 3. Кількість суб'єктів господарювання за видом економічної діяльності – 10.82 «Виробництво какао, шоколаду та цукрових кондитерських виробів» у 2010-2019 роках  
Джерело: побудовано авторами за даними [3]

Українські компанії стимулює відсутність мита на солодощі в Європейському Союзі. Лідери українського ринку: «ROSHEN», «KONTI GROUP» і «АВК» активно використовують можливість і виводять новинки кондитерських виробів на зарубіжні ринки. Українські солодощі активно купують в Білорусі, Казахстані, Азербайджані, Молдові і в Туркменістані. В ЄС великим попитом користується продукція в Литві і Польщі. Відзначаються темпи зростання експорту – 120% (країни колишнього СНД) і 60% (ЄС). Збільшився збут продукції в Америку, Монголію, а також Ірак [4].

При цьому за даними міжнародного рейтингового агентства Candy Industry у період з 2018 по 2021 рік до рейтингу «Global Top 100 Candy Companies» [5] постійно входило лише дві українські компанії – «ROSHEN» та «KONTI» (рис. 4):

1) «ROSHEN». Кондитерська корпорація входить до складу групи «Укрпромінвест» та існує з 1996 року. Один з найбільших виробників кондитерських виробів в Україні та Східній Європі. У рейтингу «Global Top 100 Candy Companies – 2021» вона увійшла до ТОП-30 кращих виробників кондитерської продукції, посівши 29 місце. Фабрики компанії розташовані в Україні (Київська, Кременчуцька, Вінницькі фабрики), Литві (Клайпедська фабрика) та Угорщині (Bonbonetti Choco Kft) [5, 6].

2) «KONTI». Компанія була заснована в 1997 році та належить до п'ятірки лідерів галузі. До складу компанії входить сучасна Костянтинівська

кондитерська фабрика та логістичний центр класу «А» в місті Дніпрі. У рейтингу «Global Top 100 Candy Companies – 2021» «KONTI» посідає 89 місце [5].

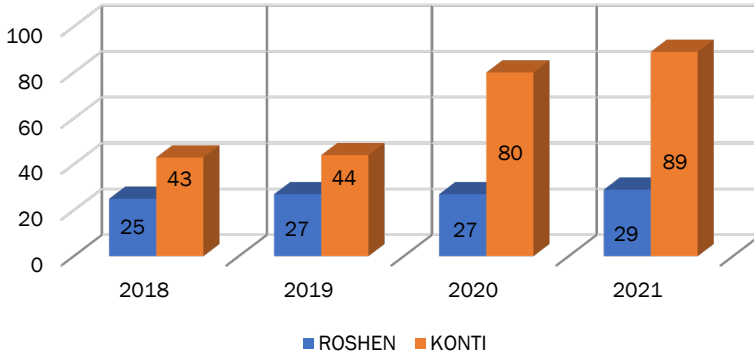


Рис. 4. Місця у міжнародному рейтингу компаній «ROSHEN» та «KONTI» за період з 2018 по 2021 роки

*Джерело: побудовано авторами за даними [5]*

Житель Західної або Центральної Європи споживає в рік 6 кг шоколаду, в Україні цей показник значно нижчий – близько 1,3-1,4 кг [7]. Така ситуація обумовлена не низькою популярністю шоколаду в Україні, а низьким рівнем платоспроможного попиту, зниженням рівня доходів населення. Хоча з іншого боку, українці входять до десятки поціновувачів кондитерських виробів, в середньому за рік споживається на душу населення 6,5 кг вафель і льодяників, 6 кг булочок і пирогів, 2,5 кг цукерок [8].

Так, в Україні кондитерські вироби не є предметами першої необхідності. Солодощі частіше з'являються на столах перед приходом гостей. Пік покупок – це День Святого Валентина, 8 Березня, новорічні свята. Шоколадну продукцію купують, коли потрібно швидко перекусити і заповнити енергію. Шоколад та інші солодощі вибирають і для підвищення настрою. Тому виробники в рекламі роблять акцент на емоційному сприйнятті рішення про покупку. При виборі товару відіграє роль країна виробника: покупець частіше вибирає українську продукцію. Її популярність зумовлена такими факторами:

- ціна – вітчизняна продукція доступніша, ніж імпортна;
- якість – українські компанії пропонують широку лінійку продукції гарної якості;

- тренд Made in Ukraine – з 2013 року українці прагнуть підтримати місцевих кондитерів.

Покупці при купівлі товару також звертають увагу на упаковку. Основна функція будь-якої упаковки – захищати товар від зовнішнього світу. На полицях супермаркету завдання обгортки – залучати покупців і захищати цілісність товару. При її розробці виробники враховують особливості виробів, щоб вони не розтанули і не було відколів. Крім того, форму адаптують під зручне транспортування. Наразі спостерігається сучасна тенденція до вибору екоматеріалів, що підлягають переробці [7].

## **ВИСНОВКИ З ТЕМИ ДОСЛІДЖЕННЯ.**

Ураховуючи аналіз поточного стану розвитку кондитерської галузі України, можна виділити такі проблеми та перспективи її розвитку [9]:

1) Сировина. Процес виробництва кондитерської продукції є досить матеріаломістким, що зумовлює значну чутливість виробників до стану ринків цукру та какао-бобів. Останні є імпортною сировиною, таким чином, вітчизняні кондитери є досить чутливими до валютних ризиків. Тенденцією останніх років є зростання вартості какао-бобів на світовому ринку, тому вітчизняним виробникам необхідно враховувати підвищення собівартості кондитерських виробів з вмістом какао-продуктів. При цьому слід зазначити, що виробництво борошняної та цукрової кондитерської продукції цілком забезпечується вітчизняною сировиною;

2) Експорт. Як уже зазначалося, українська кондитерська галузь є залежною від експорту, тому запровадження торговельних обмежень з боку низки країн, що були закордонними традиційними ринками збуту українських кондитерських виробів, негативно впливає на її динаміку та зумовлює пошук нових ринків. Українські виробники також наражаються на високі політичні ризики, підтвердженням чому слугує заборона на ввезення всіх кондитерських виробів із України на територію країни-агресора Російської Федерації починаючи з 05.09.2014 року.

При цьому, в разі встановлення зони вільної торгівлі між ЄС та Україною, відповідно до якої митні тарифи країн Євросоюзу на українську продукцію суттєво знижуються, для вітчизняних кондитерів відкриється найбільш місткий регіональний ринок, що стимулюватиме вітчизняну галузь до нарощування обсягу виробництва.

З іншого боку, кондитерський ринок Євросоюзу є досить насиченим, що потребує від українських виробників розширення власного асортименту, а

також приведення якості продукції до стандартів, які діють в Європейському Союзі та інших країнах (відповідно до Директиви Європейського Парламенту і Ради 2000/36/ЄС від 23 червня 2000 року [10]), причому для конкурування з європейською продукцією не тільки на зовнішньому ринку, а й на внутрішньому. При цьому вітчизняні кондитери поступово відкривають виробничі майданчики на території інших країн, таким чином кондитерська галузь має всі шанси стати першою транснаціоналізованою в Україні.

Ще одним фактором, що стримує розвиток вітчизняної кондитерської галузі є проблеми з поверненням ПДВ. Враховуючи, що на експорт спрямовується до третини кондитерської продукції українського виробництва, цей факт негативно відображається на забезпеченні діяльності українських кондитерів оборотними коштами.

3) Споживачі. Рівень споживання кондитерських виробів в Україні є значно нижчим, ніж у країнах ЄС, що зумовлюється низьким порівняно з європейським рівнем доходу. Покращення економічної ситуації в Україні може опосередковано дати поштовх для розвитку, в першу чергу, шоколадного сегменту, продукція якого, зважаючи на більш високу вартість, поступається в споживачьких уподобаннях продукції цукрового сегменту. До того ж, останнім часом попитом на вітчизняному ринку користуються складні (комбіновані) кондитерські вироби.

Ураховуючи зниження реальних доходів населення України, варто очікувати скорочення споживання солодошів, а також переорієнтації споживачів на більш дешеві види продукції.

4) Збут продукції. Однією з проблем реалізації кондитерської продукції в Україні є складні відносини кондитерів з роздрібними мережами. Платіжна дисципліна контрагентів наразі є низькою, і кондитери вимушені співпрацювати з ритейлерами в умовах постійного товарного безвідсоткового довгострокового кредитування. Крім того, проблемою збуту солодошів є яскраво виражена сезонність. Новорічні свята, або, наприклад, свято 8 Березня супроводжуються сплеском продажів. Сезонні коливання попиту на кондитерську продукцію особливо стосуються специфічних груп товарів кондитерської промисловості, реалізація яких найбільше залежить від упаковки, зокрема подарункових наборів кондитерських виробів до свят (наприклад, новорічних подарунків).

5) Розподіл ринку. Наразі кондитерський ринок України є висококонкурентним та насиченим, особливо, – враховуючи значне скорочення експорту. Більшу частину продукції виробляють та реалізують 5-

10 кондитерських компаній. За прогнозами аналітичного департаменту НРА «Рюрік», у наступні декілька років рівень концентрації українського кондитерського ринку підвищуватиметься, оскільки головною передумовою розвитку галузі є удосконалення виробництва (що потребує значних капітальних інвестицій, які є непосильними для дрібних кондитерських виробників) та необхідність виживання підприємств в умовах скорочення зовнішніх ринків, подорожчання сировини та зниження платоспроможного попиту на внутрішньому ринку.

Стабільний розвиток кондитерської галузі для економіки країни дасть змогу паралельно стимулювати розвиток та зростання обсягів виробництва у сфері сільського господарства, транспортно-логістичній сфері, торгівлі, підвищити зайнятість населення, а також суттєво підвищити експортний потенціал країни.

#### REFERENCES:

- [1] Звітність АТ «ВО «КОНТІ». Вилучено з <https://konti.ua/for-issuer>.
- [2] Єрмак, С. О. & Плотницька, В. В. (2016). Інноваційні аспекти розвитку ринку кондитерських виробів України. *Бізнес Інформ*, (11), 398-403.
- [3] Кількість суб'єктів господарювання за видом економічної діяльності. Державна служба статистики. Вилучено з <http://www.ukrstat.gov.ua>.
- [4] Аналіз ринку кондитерських виробів України: тенденції. Вилучено з <https://koloro.ua/ua/blog/brending-i-marketing/analiz-rynka-konditerskikh-izdeliy-ukrainy-tendentsii.html>.
- [5] 2021 Global Top 100 Candy Companies Candy Industry <https://www.candyindustry.com/2021/global-top-100-candy-companies> GRT&C (ГРТ КОНСАЛТИНГ). Вилучено з <https://grt-and-c-grt-konsalting.uaprom.net>.
- [6] Офіційний сайт ПАТ «ВКФ «Рошен». Вилучено з <https://www.roshen.com/ua>.
- [7] Тоболін, А. (2018). Аналіз ринку кондитерських виробів України: тенденції. Вилучено з <https://koloro.ua/ua/blog/brending-i-marketing/analiz-rynka-konditerskikh-izdeliy-ukrainy-tendentsii.html>.
- [8] Семенюк, С. Б. & Фалович, В.А. (2020). Сучасні тенденції використання маркетингу в діяльності підприємств. *Маркетинг і цифрові технології*, (1), 61-72.
- [9] Національне рейтингове агентство «Рюрік». Кондитерський ринок України. Вилучено з <http://www.rurik.com.ua/>
- [10] Дяченко, Т. А. (2012). Теоретико-методичні засади оцінки конкурентного середовища та конкурентної позиції підприємства на ринку. *Маркетинг і менеджмент інновацій*, (4), 203-208.
- [11] Разумова Г. В., Гнатченко О. В. Психологічні механізми впливу реклами на споживача. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. 2020. Випуск 1 (24). С. 138-144. DOI: <https://doi.org/10.32782/easterneurope.24-20>