

квітня 2012 р. : матеріали. – Донецьк : ДонНУЕТ ім. М. Туган-Барановського, 2012. – С. 20–22.

Отримано 01.11.2013. ХДУХТ, Харків.
© Т.М. Хаустова, Н.В. Федак, 2013.

УДК 65.016:664.143

Г.І. Дюкарева, канд. техн. наук, доц.
О.О. Соколовська, асп.

СТАН І ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ КОНДИТЕРСЬКОЇ ГАЛУЗІ ТА РИНКУ ЗБИВНИХ КОНДИТЕРСЬКИХ ВИРОБІВ

Розглянуто стан і тенденції розвитку кондитерської галузі та ринку збивних кондитерських виробів. Визначено основні напрями розвитку.

Рассмотрены состояние и тенденции развития кондитерской отрасли рынка збивных кондитерских изделий. Определены основные направления развития.

The state and trends of whipped confectionery industry market were studied. The basic directions of development was identified.

Постановка проблеми у загальному вигляді. Трансформація економіки України висуває нові вимоги до поведінки підприємств. Це результат постійного насичення ринку новими видами кондитерських виробів, що зумовлено основними тенденціями – постійно мінливі смакові уподобання споживачів та посилення конкуренції на ринку.

Ситуація ускладнюється загальною економічною нестабільністю, інфляцією, недосконалістю ринкових відносин. Внаслідок цього підприємства мають динамічно вирішувати питання оцінки стратегії своєї поведінки не тільки у перспективі, але й сьогодні, а також слідкувати за ситуацією потреб населення в області здорового харчування [1].

Нині існує проблема обмеження споживання цукру не тільки в чистому вигляді, але й у складі хлібобулочних та кондитерських виробів. Великого значення набуває виробництво продукції зі зниженою масовою часткою цукру, що відповідає вимогам споживачів до безпечного та якісного харчування [2].

Актуальність проблеми полягає у формуванні асортименту кондитерських виробів у зв'язку з недостатнім насиченням пропозиції збивних кондитерських виробів (ЗКВ) зі зниженою масовою часткою цукру на вітчизняному ринку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Значний вклад внесли вітчизняні та закордонні науковці, такі як Ф. Котлер, Є.П. Голубков, А.О. Мещерова, Н.П. Шалигіна, А.О. Старостіна, І.К. Беляєвський, А.І. Ковальов та ін.

Дані літературного огляду праць учених-економістів свідчить, що кондитерський ринок – один із найпривабливіших і таких, що динамічно розвиваються в Україні разом із м'ясомолочним, хлібопекарським та іншими сегментами харчової промисловості. Кондитерські вироби є традиційно популярними в Україні. За рівня споживання 7,4 кг на душу населення на рік, Україна є 8-ю в світі за споживанням кондитерських виробів на душу населення [3]. Така кількість споживання солодошів призводить до проблем здоров'я нації. Тому, як за кордоном, так і в Україні продовжується розробка нових видів кондитерських виробів зі зниженою калорійністю та підвищеною харчовою цінністю.

Мета та завдання статті. Метою даної статті є дослідження сучасного стану та тенденції розвитку українського ринку кондитерських виробів, зокрема вивчити ринок ЗКВ та виробів зі зниженою калорійністю.

Досягнення поставленої мети зумовило необхідність вирішення наступних питань:

- детально проаналізувати стан ринку та динаміку розвитку кондитерської галузі;
- розглянути тенденції та напрямки сучасного ринку кондитерських виробів;
- визначити лідерів українського ринку кондитерської галузі та вивчити їх асортиментний склад виробів зі зниженою калорійністю та підвищеною харчовою цінністю;
- піддати аналізу ситуацію на ринку щодо ЗКВ.

Вклад основного матеріалу дослідження. На сьогодні виробництво кондитерської продукції є однією з найрозвинутіших галузей харчової промисловості України. Загальний обсяг виробництва складає приблизно 3% ВВП країни [4].

Випуск кондитерської продукції зростає в багатьох країнах. Особливою увагою користуються ЗКВ, вони дуже популярні серед дітей. Але їх недоліком є занадто висока масова частка цукру, що кількісно обмежує їх споживання. На сучасних ринках прослідковується збільшення асортименту солодошів із пониженим вмістом цукру. У Японії збільшилась частка кондитерських виробів з додаванням вітамінів, мінеральних речовин, підсолоджувачів, цукрозаїмінів.

У Росії в 2011 році споживання кондитерських виробів на одну особу склало приблизно 16,5 кг на рік, а шоколаду та інших виробів, що містять какао – приблизно 4,8 кг на людину. Із загальної кількості випущених 2240 тис. тон кондитерських виробів, ЗКВ вироблено 830 тис. тонн. Кондитерські вироби спеціального призначення в Росії готують із використанням деяких пробіотиків, зокрема, лактулози у вигляді концентрату Лазет [5].

Рівень споживання кондитерських виробів в Україні набагато нижчий, ніж у багатьох розвинених країнах Західної Європи і Північної Америки.

Середній рівень споживання шоколадних виробів у США і Західній Європі становить 5,2 кг на одну особу, у країнах Східної Європи – 2,75 кг на рік.

Українські виробники закріплюють за собою місце на російському ринку не лише шляхом імпорту дешевих продуктів, але й за рахунок придбання підприємств. У кінці 2003 року компанія «Київ-Конті» придбала «Кондитер-Курськ», а компанія Roshen – «Ликонф» (місто Липецьк).

Ринок кондитерських виробів України за насиченістю та асортиментом наближається до європейських країн. Кондитерські вироби включають близько 2000 найменувань, з яких понад 90% ринку солодоців належить вітчизняній продукції. В Україні їх виготовляють понад 800 підприємств, які розміщені досить рівномірно та відповідають густоті населення [6].

Основними виробниками українського внутрішнього ринку є: «Конті», «Roshen», «КрафтФудз Україна», «Nestle», «АВК». У різі вивчення асортименту лідерів кондитерської галузі було з'ясовано, що виробники ТМ «Конті», «Roshen», «КрафтФудз Україна», мають широкий асортимент кондитерських виробів, але на жаль продуктів зі зниженим вмістом цукру чи з цукрозамінниками не мають взагалі. Торговельні марки «Конті» та «Roshen» орієнтовані на вітчизняний та російський ринки. Виробники ТМ «КрафтФудз Україна» та ТМ «Nestle» зорієнтовані на український ринок, так як ТМ «КрафтФудз Україна» є філіалом американської корпорації «КрафтФудз Інк.», яка має 159 фабрик по всьому світі, а ТМ «Nestle» філіал швейцарської компанії. На відміну від ТМ «КрафтФудз Україна» остання має направлення в розвитку продуктів спеціального призначення, які на даний момент не представлені. Виробник ТМ «АВК» є єдиним, хто в своєму асортименті має п'ять позицій кондитерських виробів на основі фруктози без цукру.

Проводячи аналіз не можна оминати виробника, який входить у п'ятірку вітчизняних лідерів ринку кондитерської галузі –

Житомирська кондитерська фабрика ТМ «Житомирські Ласощі», яка є найбільшим виробником діабетичних продуктів, постійно розширюючи свій асортимент. В кінці серпня фабрика випустила новий вид вафель без цукру, з використанням натурального підсолоджувача – стевії. Це вже другий продукт фабрики, який виготовлений із застосуванням вище вказаного підсолоджувача, перший – печиво «Стевія». Також на підприємстві тривають дослідження над розширенням асортименту солодошів із заміною цукру на підсолоджувач стевію. Прикладом впровадження цього підсолоджувача в харчову промисловість сьогодні є Японія, майже 60% продовольчих товарів виготовляється з використанням стевії [7].

Найяскравішими представниками вітчизняного ринку кондитерської галузі також є: ЗАТ Кондитерська фабрика «Харків'янка», АТЗТ «Дніпропетровська кондитерська фабрика», «Роменська кондитерська фабрика», АТ «Полтавкондитер», «Чернігівська кондитерська фабрика», ЗАТ Кондитерська фабрика «Одеса», Краснопільський завод продовольчих товарів, на останньому виробляють 25 видів пастильних виробів.

За даними Держкомстату, у 2012 р. в Україні було випущено приблизно 29,1 тис. тонн ЗКВ, враховуючи присутність тінювого бізнесу на ринках України, більш реальною цифрою об'єму випущеної продукції є 31,0 тис. тонн [8].

На рисунку 1 проілюстровано розподіл вітчизняного ринку ЗКВ між підприємствами-виробниками кондитерських товарів.

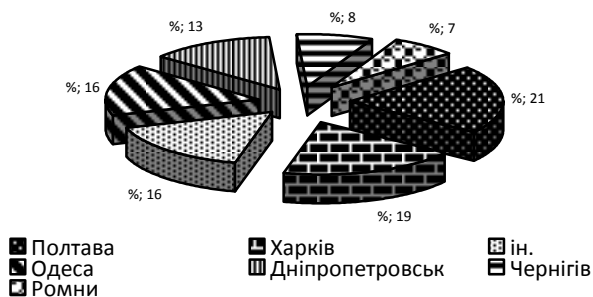


Рисунок 1 – Розподіл ринку з виробництва ЗКВ

Беручи до уваги усі чинники, які впливають на сучасні підприємства і вимагають орієнтуватися на концепції маркетингу, необхідно вчасно реагувати на потреби суспільства, які формуються не лише від смакових вподобань споживачів, а й від ситуації стану здоров'я нації. Тобто, необхідно спрямовувати свою стратегію на

розширення асортименту більш якісними продуктами, збагаченими мікро- та макроелементами, вітамінами та зниженою масовою часткою цукру, бо проблема ожиріння, цукрового діабету, дефіциту вітамінів гостро стоїть перед населенням. У процесі обробки даних було встановлено, що найбільш часто купують ЗКВ школярі та студенти.

За останні роки спостерігається тенденція зростання виробів не лише смачних, але й корисних. Так у 2012 році асортимент діабетичних продуктів та виробів зі зниженою масовою часткою цукру збільшився майже на 12%, у порівнянні з 2011 роком, а порівнявши з 2010 роком спостерігається зростання на 19%. Дані наведені на рисунку 2 у натуральному вираженні.

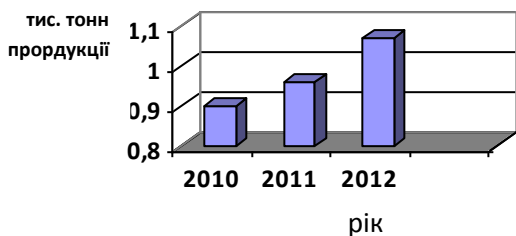


Рисунок 2 – Тенденція зростання виробництва діабетичних продуктів та виробів зі зниженою масовою часткою цукру

Висновки. Із проведених досліджень можна зробити висновок, що кондитерська галузь за насиченістю і асортиментом наближається до європейських країн, але сегмент ринку діабетичних кондитерських виробів та продуктів зі зниженою масовою часткою цукру потребує нових впроваджень. Вивчаючи даний сегмент ринку бачимо, що кількісний склад розширюється, об'єм виробництва товарів збільшується у порівнянні з останніми роками, але весь цей осередок ринку залишається не насиченим до сьогодні.

Асортиментний склад ЗКВ досить різноманітний на українському ринку, але недостатній і також потребує впровадження нових розробок.

Серед основних підприємств виробників солодоців дуже мало приділяється уваги продуктам, які б мали знижений вміст цукру.

Аналізуючи роботу кондитерської галузі в цілому, ми пропонуємо розроблення нових видів ЗКВ із використанням стевії – натурального підсолоджувача. Створення продуктів зі зниженою калорійністю – невід’ємна тенденція розвитку кондитерської галузі у відповідності з сучасними вимогами дієтології.

Список літератури

1. Дюкарева Г. І. Дослідження впливу переваг на формування асортименту зефіру в роздрібній мережі / Г. І. Дюкарева, Н. М. Кривошеєва, Я. О. Білецька // Збірник наукових праць Харківського державного університету харчування та торгівлі. – 2011. – Вип. 1. – С. 674–683.
2. Григоренко О. М. Оптимізація технології виробництва оздоблених напівфабрикатів зниженої енергетичної цінності / О. М. Григоренко // Збірник наукових праць Київського національно-економічного університету. – 2012. – № 2. – С. 56–62.
3. Усик С. П. Маркетингові комунікації на ринку кондитерських виробів / С. П. Усик // Вісник Київського національного університету технологій та дизайну. – 2011. – № 3. – С. 158–165.
4. Діагностика сектору кондитерських виробів [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <www.bizpro.org.ua>.
5. Украина: Кондитерская отрасль [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <ukrprod.dp.ua>.
6. Украина: реформа контроля над безопасностью пищевых продуктов [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <ukrprod.dp.ua>.
7. Инновационный диабетический продукт [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <www.sladosti.com.ua>.
8. Аналіз ринку кондитерської галузі [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <www.ukrstat.gov.ua>.

Отримано 01.11.2013. ХДУХТ, Харків.

© Г.І. Дюкарева, О.О. Соколовська, 2013.