

Олійник А. С., к. е. н. Хуторської П. О.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ РИНКУ КОНДИТЕРСЬКИХ ВИРОБІВ В УКРАЇНІ

Ринок кондитерських виробів є одним з найбільш розвинених галузевих ринків. На сьогодні структура українського ринку кондитерських виробів в розрізі асортиментних груп і цінових сегментів практично встановилась. Але необхідно зауважити, що операторам ще є над чим попрацювати, особливо в напрямку стимулювання збуту продукції.

Розвиток ринкових відносин в Україні ставить задачу вивчення і оцінювання споживчих ринків в ряд найбільш актуальних. Особливий інтерес представляють ринки, об'єм котрих перевищує передреформений рівень, тобто темп росту яких перевищує темп росту сукупного споживання. До таких ринків відноситься і кондитерський ринок України.

Стабільність вітчизняного ринку кондитерських виробів та інноваційний характер забезпечують сьогодні вже не ТОП-5, а ТОП-3 виробників – це основні гравці: Roshen (близько 27%), АВК (близько 15%) і Конті (близько 25%) (рис. 1). Продовжується концентрація і консолідація капіталу. На ринку також присутня велика кількість дрібних приватних кондитерських, що працюють переважно в сегменті борошняних виробів.

Кондитерський ринок України – це ринок чистої конкуренції. Внаслідок збільшення як експорту, так й імпорту, в найближчій перспективі він буде залишатися таким. За рахунок експансії великих підприємств у всі регіони ринок являється сумішшю загальнонаціонального та регіонального ринків, тому ступінь конкурентоспроможності ринку може відрізнятись в залежності від регіону.

На ринку буде зберігатися тенденція перерозподілу продажу на користь більш рентабельних вартісних шоколадних та борошняних солодоців, об'єми виробництва яких з кожним роком зростають. Причому навіть при подальшому

уповільненні темпів розвитку кондитерської галузі, групи шоколадних виробів це буде мало стосуватися. У той же час заміна дешевої продукції на більш дорогу буде притаманна лише великим виробникам, що мають доступ до довготермінових кредитів.

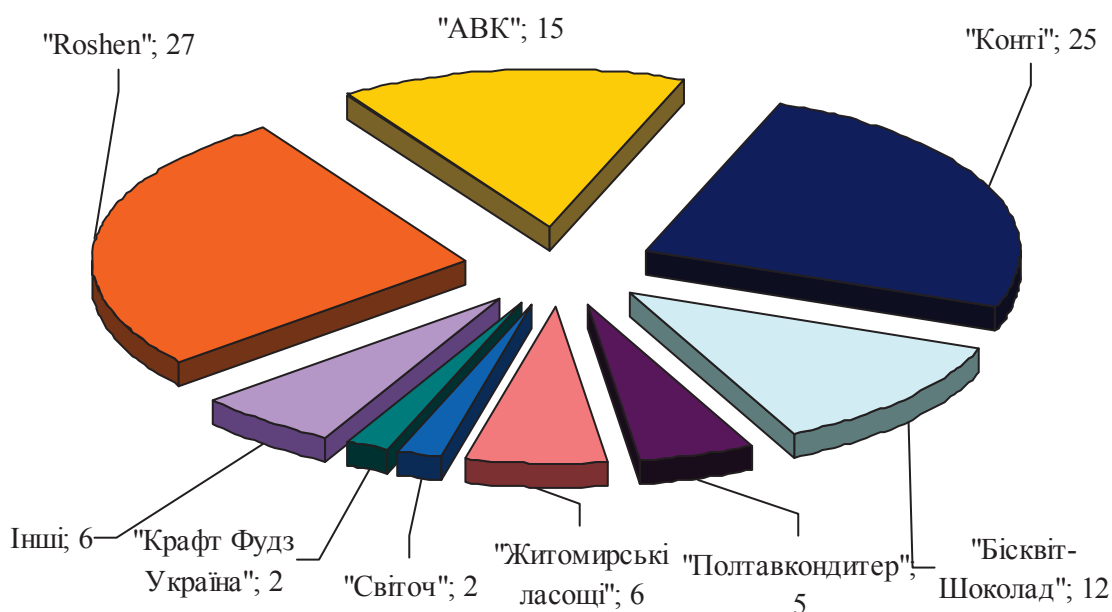


Рис. 1. Сегментація ринку кондитерських виробів між виробниками (в %)

Не виключено, що в найближчі роки активується процес укрупнення кондитерського ринку, що диктується не лише нестачею необхідних ресурсів і довготермінових інвестицій у дрібних виробників, а й підвищенням вимог зростаючих торговельних мереж до продукції поставщиків. Цілком закономірно, що деякі невеликі компанії, щоб лишитися на плаву, будуть випускати продукцію під різними торговельними марками або будуть поглинені великими холдингами.

Експерти не очікують виходу на ринок нових компаній, однак конкурентна боротьба за покупця збільшиться, що буде супроводжуватися виводом на ринок інноваційних продуктів.

Основною продукцією кондитерської галузі є цукерки. Цукерки – цукрові і шоколадні вироби, зацукровані фрукти, вживаються як десерт, перекусу. Як мінімум на 60 відсотків складаються з цукру. Цукерки бувають глазуровані,

неглазувані і шоколадні. Вважаються відмінним подарунком для малознайомих людей. Солодощі привозять в якості сувенірів з поїздок, вони є частиною свят.

Попит і споживання 2015 рік був важким для харчових виробників України. Купівельна спроможність населення падає, і споживачі обмежують покупку необов'язкових продуктів, більше економлять, розважливіше підходять до вибору товарів. Вагові шоколадні цукерки займають третє місце щодо продажів серед всіх кондитерських виробів. Відмовлятися від солодкого люди не схильні, але товари преміум сегменту купуються рідше. Для ніші цукерок це означає, що люди переключаються на желейні, мармеладні, помадкові, карамельні солодощі, обирають великі економні упаковки.

Знизити собівартість виробництва складно, адже основна сировина для шоколадних цукерок – какао-боби, вони зростають в Африці, в країнах з погано розвиненими технологіями. Засуха або тривалий сезон дощів автоматично означає подорожчання сировини, що, в свою чергу, призводить до підвищення цін. Деякі компанії нехтують якістю в спробі зробити продукт більш дешевим, але і попит на такий товар буде меншим, як тільки клієнт помітить зміни. Довіру ж клієнта повернути буде складно.

У 2014 році обсяг виробництва кондитерських виробів зменшився на 8,7% і склав 230 тис. т. У 2015 році компанії не втрачали прибуток за рахунок підвищення цін, шоколадні вироби подорожчали на третину. Якщо до кризи 2014 року преміум сегмент давав 21-25% прибутку, і компанії навіть відмовлялися від випуску більш дешевих марок на користь дорогих, то зараз ситуація змінилася. Більш низька вартість желе, зефіру, вафельних цукерок, мармеладу, цукатів та ірисок зіграла в плюс. Клієнт шукає баланс якості та ціни, і зупиняє свій вибір саме на цих недорогих солодощах.

Список використаних джерел:

1. Тоболин А. Анализ рынка кондитерских изделий Украины: тенденции [Електронний ресурс] / А. Тоболин. – Режим доступу : <https://koloro.ua/blog/brending-i-marketing/analiz-rynka-konditerskikh-izdeliy-ukrainy-tendentsii.html>