

СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ КОНДИТЕРСЬКОЇ ГАЛУЗІ В УКРАЇНІ

Кондитерська галузь – одна з найбільш розвинених галузей харчової промисловості. За статистичними даними, загальний обсяг виробництва підприємств складає більше 1,5 млн. т продукції на рік, що дозволяє повністю забезпечити потреби внутрішнього ринку та експортувати значні обсяги продукції закордон. Ринок кондитерських виробів в Україні є таким, що постійно розвивається.

Кондитерські вироби значно різняться між собою за складом, якістю, дизайном і споживчими властивостями. Майже в кожній людині кондитерські вироби входять в раціон харчування та користуються сталим попитом, насамперед, завдяки вишуканим смаковим властивостям, своєю якістю.

На сьогоднішній день виробництво кондитерських виробів є однією з найбільш розвинутих галузей харчової промисловості. Аналіз стану і перспектив розвитку кондитерського ринку в Україні свідчить, що основним джерелом формування пропозиції на ринку є вітчизняне виробництво, його продукція становить близько 95 % в загальному обсязі. В Україні працюють майже 800 компаній-виробників кондитерської продукції. При цьому 5 компаній-лідерів займають понад 60 % у структурі національного виробництва, що свідчить про високу концентрацію на цьому ринку.

Стабільність української кондитерської галузі сьогодні забезпечують дев'ять підприємств, найбільші з них: «Рошен», «КОНТИ», «АВК», «Крафт Фудз Україна», КФ «Світоч», «ЖЛ», які виробляють понад дві третини всієї продукції України.

За минулий рік виробництво кондитерських виробів в Україні скоротилося на рекордні за останні роки 20 % до 779 тис. т. У зоні проведення АТО в попередні роки вироблялося до 180 тис. тонн кондитерської продукції, що становило близько 18 % від загального обсягу виробництва по країні. У 2014 р. обсяги виробництва в Донецькій і Луганській областях скоротилися в три рази, і зараз виробництво кондитерських виробів на підконтрольній бойовикам території не здійснюється. В зоні АТО і в безпосередній близькості від бойових дій знаходяться два найбільших виробника – компанії «АВК» та «Конті».

Кондитерський ринок характеризується широким номенклатурним рядом товарів, які традиційно об'єднують у три групи: шоколадні вироби, що містять какао, цукристі вироби без какао і вироби борошняні. Ринок кондитерської продукції умовно поділяється на три основні сегменти: борошняні кондитерські вироби (найбільша частина ринку); шоколадні, які містять какао; цукристі без какао (карамель). Проблемою українського ринку шоколаду є залежність від імпортової сировини (какао-бобів та какао-порошку), ціни на яку ростуть у зв'язку з дефіцитом на світовому ринку какао, а також знеціненням гривні.

Як вже зазначалося, ринок кондитерських виробів України є висококонцентрованим, на ньому працює близько 800 компаній. Аналізуючи стан ринку кондитерських виробів в Україні, слід зазначити широкі перспективи для розвитку вітчизняної шоколадної галузі, оскільки існуючий на даний момент у країні рівень споживання на душу населення має великий потенціал для зросту (за умови поліпшення добробуту населення).

За даними Міжнародної дослідницької компанії TNS, кожний українець з'їдає приблизно 3 кг шоколаду. Ця цифра менша східноєвропейського рівня щорічного споживання в 5–6 кг шоколаду на душу населення. У Західній Європі та США споживається також 5–6 кг шоколаду на рік.

Основні виробники українського внутрішнього кондитерського ринку – «Конті», Roshen, Крафт Фудз Україна, Nestle, «АВК» – поки що успішно випереджають іноземних виробників. Власне, останніх на нашому ринку не так і багато – голландський концерн «Марс» традиційний лідер виробництва шоколадних батончиків і постачальник драже і цукерок ТМ Ferrero. У низці супермаркетів можна знайти шоколадні цукерки італійських компаній Sorini, Witor's, французьких – Vahlrona, Cemoi, Jaquot, Maxim's, бельгійських – Duc d'O і Hamlet німецьких – Storck, Маухіо іР. Reber, скандинавської Fazer, швейцарських – Frey, Midor, Lindt і деяких російських – А. Коркунов, ф-ка ім. Бабаєва, «Рот Фронт» та ін.

Дослідження показали, що мешканці південного регіону споживають кондитерських виробів найменше, що, на нашу думку, зумовлено особливостями клімату та невеликою кількістю дрібних виробників, представлених в регіоні. Основна частина кондитерських виробів продається у супермаркетах, спеціалізованих кіосках та на ринках

На нашу думку, серед стратегічних планів українських кондитерів особливої уваги заслуговують:

модернізація виробництва для виготовлення якісної продукції;

установка високотехнологічного обладнання, яке дасть змогу розширювати асортимент;

інновації в частині оновлення асортименту й маркетингової політики;

активізація рекламної діяльності;

удосконалення системи розподільної логістики;

розширення каналів збуту й відносин із роздрібними торговельними мережами;

зближення виробника зі споживачем (промо-заходи, участь у цінкових акціях, розміщення свого торгового обладнання в залах магазинів);

переорієнтація з виробництва продукції преміум-класу (дорогих шоколадних цукерок в коробках) на збільшення обсягів вагових шоколадних цукерок.

Вітчизняні підприємства щороку інвестують в розвиток галузі значні кошти. На провідних кондитерських фабриках вже проведено повну модернізацію, встановлено найсучасніші виробничі лінії, значно підвищено технологічність і науковість підприємств.

Безперечним є той факт, що галузь розвивається в умовах жорсткої внутрішньої і зовнішньої конкуренції, що дає ритм до постійного вдосконалення управлінських процесів і забезпечення світових стандартів якості виробленої продукції.

Відомо, що великі кондитерські компанії і особливо транснаціональні не можуть успішно розвиватися без експортної діяльності. Українська кондитерська промисловість вже довела свою конкурентоспроможність на внутрішньому і зовнішньому ринках: продукція цієї галузі відповідає європейським показникам якості. Оскільки частка експорту в загальному обсязі виробництва окремих підприємств становить від 30 до 70 %, що формує та суттєво впливає на їхню стратегічну політику, обумовлює подальше нарощування потенціалу.

За даними Державної служби статистики України, щороку Україна близько третини кондитерської продукції направляє за кордон. У структурі експорту 96 % припадає на: 57 % – Росія, 12,5 % – Казахстан, від 5,5 % до 3 % Азербайджан, Грузія, Туркменістан, Киргизія, Білорусія, Молдова, Таджикистан, Узбекистан.

Найбільшу частку експортерів становлять великі підприємства (15 підприємств). Серед середніх підприємств лише – 5, а серед малих – лише одне підприємство експортує свою продукцію за кордон. Частка продукції, що експортується, дуже різна. Так, більше 50 % підприємств експортують до 30 % виробленої продукції, близько 40 % підприємств – експортують від 30 до 70 % виробленої продукції. Є невеличка кількість підприємств, в яких за кордон йде більше 71 % виробленої продукції.

Головною перевагою українських виробників на зовнішньому ринку найчастіше є ціна на вироби.

Отже, аналізуючи стан ринку кондитерських виробів в Україні, слід зазначити, що в цілому кондитерська галузь України має передумови для успішного розвитку і високої конкурентоспроможності на внутрішньому і зовнішньому ринках. На провідних кондитерських фабриках вже проведено модернізацію, встановлено найсучасніші виробничі лінії, значно підвищено технологічність і науко місткість підприємств. Якість продукції поряд з помірним державним регулюванням дозволяє виграти конкуренцію на внутрішньому ринку та фактично повністю витіснити конкурентів із інших країн. Частка закордонних торгових марок складає лише 5 %. Важливою перевагою українських виробників є ціна на продукцію. Країна забезпечена основною сировиною.

Поруч із загальною перспективністю кондитерської галузі слід зазначити, що досить обмеженими є умови розвитку невеликих та нових підприємств. Більшість невеликих кондитерських підприємств потребують заміни застарілого обладнання та впровадження нових технологій при нестачі власних коштів. Тому виробництво й надалі концентруватиметься в найбільших холдингах. Для невеликих фірм потрібно вирішити фінансові проблеми за рахунок залучення інвестицій.