

Ірина ЛАЗЕБНА

РИНОК КОНДИТЕРСЬКИХ ВИРОБІВ УКРАЇНИ

Український ринок кондитерських виробів – один із найбільш розвинутих у вітчизняній харчовій промисловості. Зростання доходів населення, підвищення його купівельної спроможності та попиту на продовольчі товари, посилення вимог покупців до якості й безпеки харчових продуктів є основними факторами збільшення виробництва в кондитерській галузі. Наявність високої конкуренції між провідними виробниками на внутрішньому ринку кондитерської продукції сприяє активізації інвестиційних процесів, спрямованих на розширення й введення в експлуатацію нових виробничих потужностей. Можливості здійснення інвестиційної діяльності українських промислових підприємств обмежені низькою рентабельністю продукції, що обумовлює жорсткі вимоги до обґрунтування необхідних обсягів виробничої

© Ірина Лазебна, 2011

потужності й відповідних інвестиційних ресурсів. Водночас має місце об'єктивний процес скорочення терміну експлуатації діючих виробничих потужностей, викликаний прискореними темпами створення й освоєння виготовлення нових видів продукції. Це потребує формування якісно нових конкурентоспроможних виробництв, здатних оперативно й гнучко реагувати на зміну споживчого попиту [1].

Проблеми ринку продовольчих товарів, зокрема кондитерських виробів, постійно перебувають у полі зору дослідників О. Галушко, А. Гагаріної, О. Мозгової, С. Заболотного, М. Закревської та ін. [1–5]

Мета статті – аналіз стану українського ринку кондитерських виробів: його потужностей, основних суб'єктів, динаміки обсягів і канали реалізації продукції, а також визначення перспектив розвитку.

Кондитерське виробництво – одна з найбільш привабливих для інвесторів галузей харчової промисловості України. На сьогодні нараховується 29 досить крупних спеціалізованих підприємств і чимало дрібних цехів. Рівень приватизації в галузі становить 100 %. Акціонування і приватизація тут здійснюються досить швидко, що передбачає залучення як закордонного, так і вітчизняного капіталу, не виключаючи продажів підприємств. Першим державним підприємством, яке було продано закордонному інвестору, стала *Тростянецька кондитерська фабрика (КФ) "Україна"*. У 1995 р. компанія *Kraft Jacobs Suchard* придбала 88.4 % її акцій (решта залишилась у трудового колективу). Уже через рік роботи зростання виробництва становило 160 %.

- Українські КФ розширюють свою діяльність на ринку за рахунок:
- залучення коштів закордонного інвестора: ЗАТ *"Крафт Фудз Україна"* та АТ *"Львівська кондитерська фабрик "Світоч"*;
 - залучення внутрішніх інвесторів: концерн *"АВК"* і кондитерська корпорація *Roshen*;
 - власної успішної господарської та фінансової діяльності: АТЗТ *"Харківська бісквітна фабрика"*, ЗАТ *"Дніпропетровська кондитерська фабрика"*, АТЗТ *"Одеська кондитерська фабрика"*.

Щодо перспектив дрібних кондитерських цехів, то свою нішу на ринку вони займуть, якщо зуміють зробити дрібносерійні вироби: великі виробники часто не в змозі випускати продукцію дрібними партіями під замовлення.

Підприємства, які перебувають між гігантами й дрібними виробниками, мають шанс на процвітання тільки у випадку приєднання до крупних фабрик. Досвід Росії, яка в цій галузі на рік-два йде попереду українських КФ, підтверджує це [6].

У структурі харчової промисловості галузь кондитерських виробів має значну частку, є розвиненою, динамічно діючою і цілком сформованою. За останні вісім років виробництво кондитерської продукції зросло на 17.1 % (у 2003 р. воно становило 843.6 тис. т), хоча

у 2009 р. зменшилося на тлі фінансової кризи на 20,3 % порівняно з 2008 р. Треба зазначити, що динаміка обсягів виробництва різних груп кондитерських виробів була неоднаковою: то позитивною (шоколад, шоколадні та мучні вироби в 2010 р.), то від'ємною (какао-вмісні вироби; печиво й вафлі в 2009 р.). Обсяг виробів із цукру без вмісту какао, навпаки, зріс у 2009 р. і скоротився в 2010 р. [7, с. 16; 8].

Такий динамічний розвиток забезпечений завдяки оновленню виробництва й інвестуванню значних коштів (щорічно понад 200 млн грн). При цьому в кондитерській галузі спостерігається певне протиріччя – з одного боку, відчувається витіснення підприємств із ринку внаслідок зростання потужностей ринкових лідерів, з другого – на ринок виходять нові підприємства. Наявність в Україні місцевої сировини – борошна та цукру – стала передумовою для створення та розвитку протягом ХХ ст. потужної кондитерської промисловості. Сьогодні український ринок кондитерських виробів майже нічим не відрізняється від європейського – асортимент налічує майже 1000 найменувань, і 90 % його належить вітчизняній продукції.

На думку експертів, кондитерський ринок в Україні характеризується низкою особливостей, зокрема: матеріалоемність – більша частина витрат спрямована на придбання сировини; коливання цін на сировину (цукор, борошно, какао-боби) протягом року; сезонність виробництва – восени та взимку попит на кондитерські вироби збільшується, а отже зростають і обсяги виробництва.

Ринок кондитерської продукції умовно поділяється на три основні сегменти: борошняні кондитерські вироби (найбільша частина ринку), шоколадні, які містять какао, та цукристі без какао (карамель та ін.) (рис. 1).

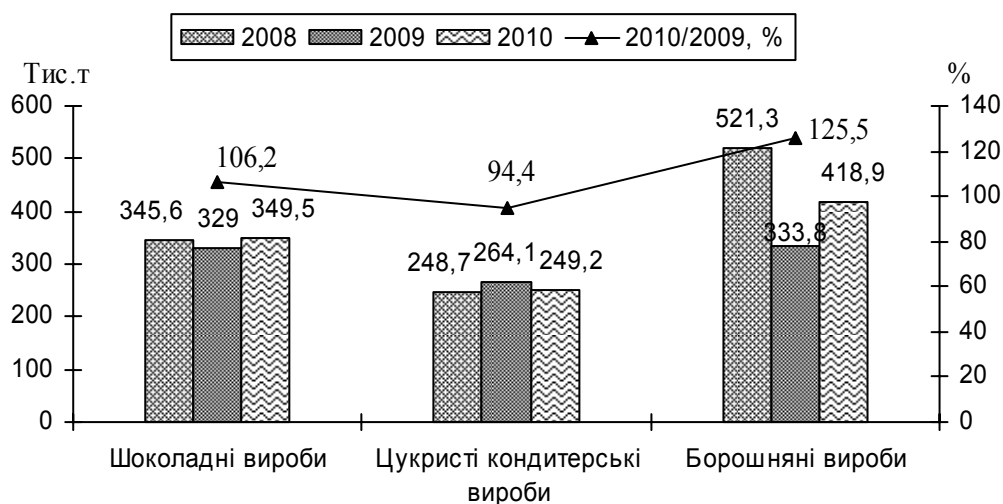


Рис. 1. Структура українського ринку кондитерської продукції [7; 8].

Практично всі товарні групи кондитерської промисловості розвиваються завдяки освоєнню виробниками нових рецептур і поліпшенню технологічного устаткування. Обсяг виробництва кондитерської промисловості становить 3 % ВВП країни. Частка вітчизняної продукції на світовому ринку (93 млрд доларів США) сягає 1 %.

Кондитерські фабрики розташовані майже у кожній області України. У процесі розподілу та структурування ринку створювалися потужні концерни: *Roshen* (КФ у Києві (ім. К. Маркса), Вінниці, Кременчуці, Маріуполі, а також у Литві та Росії); *АВК* (КФ у Донецьку, Дніпропетровську, Луганську, Мукачевому); компанія "*Конті*" (Донецька шоколадна фабрика, Горлівська, Костянтинівська КФ і Курська КФ в Росії). Найбільші компанії кондитерських виробів представлено в табл. 1.

Таблиця 1

**Виробництво кондитерської продукції
компаніями України, тис. т [9, с. 65]**

Назва компанії	2009 р.	2010 р.
<i>Roshen</i> (м. Київ)	262.1	279.9
" <i>Конті</i> " (м. Донецьк)	153.5	169.4
" <i>АВК</i> " (м. Київ)	107.2	128.9
" <i>Бісквіт-Шоколад</i> " (м. Харків)	59.6	64.2
" <i>Житомирські ласощі</i> "	59.1	56.6
" <i>Полтавакондитер</i> "	35.4	30.9
" <i>Кондитерська фабрика "Лагода"</i> (м. Київ)	19.0	21.9
" <i>Крафт Фудз Україна</i> " (м. Київ)	18.5	18.6
" <i>Одесакондитер</i> "	20.1	18.0
" <i>Світ ласощів</i> " (м. Черкаси)	17.5	17.5
" <i>Львівська кондитерська фабрика "Світоч"</i>	15.6	17.5
Інші	296.8	287.9
Усього	1064.5	1108.2

Великим національним кондитерським компаніям вдалося не тільки зберегти загальні обсяги виробництва, а й збільшити їх у 2009–2010 рр. завдяки особливому контролю асортиментного портфеля, а також зростанню частки великих компаній на ринку за рахунок зменшення невеликих виробників у період кризи. Наприклад, корпорація "*Бісквіт-Шоколад*" у 2009 р. збільшила обсяги виробництва на 4 % порівняно з 2008 р., а в 2010 р. – ще на 7.7 %. У грошовому виразі обсяг виробництва зріс майже на 20 % [10; 11]. Обсяг виробництва компанії "*Конті*" в 2010 р. зріс на 8.4 % порівняно з 2009 р., а реалізація у фінансовому виразі за цей період – на 27 % (до 4.2 млрд грн) [10; 12]. Кондитерська корпорація *Roshen* у 2009 р. виготовила на 7 % продукції більше, ніж у 2008 р., у 2010 р. – ще на 7.9 %. Реалізація кондитерських виробів у 2009 р. на 4 % перевищила аналогічні показники 2008 р., а в 2010 р. продажі зросли до 1 млрд доларів США, що на 32 % перевищено показник 2009 р. [10; 13]. За підсумками

2009 р. ЗАТ "Житомирські ласощі" збільшило обсяги виробництва на 4.6 % порівняно з 2008 р., продавши продукції на суму понад 727 млн грн, що майже на 17 % більше порівняно з 2008 р. У 2010 р. обсяг виробництва становив 96 % від результату 2009 р. За 2010 р. продано продукції на суму 874 млн 513 тис. грн (120.3 % до 2009 р.). При цьому продажі в Україні зросли на 2 % за масою і на 25 % у грошовому вираженні [10; 14].

Частина вітчизняних підприємств працює на обласних і регіональних ринках, деякі – тільки в межах району або міста. Існування потужних концернів дає можливість українським кондитерам поставляти свою продукцію не лише на регіональні, а й на всеукраїнський ринок, а також експортувати її.

Ринок насичується досить швидко. Рівень інвестицій поки що обмежений, тому можна передбачити, що підприємства все більше будуть спеціалізуватися в обраних сегментах сектору, зосередившись на якості та розширенні асортименту (досвід підприємств із іноземними інвестиціями – "Крафт Фудз Україна", Nestle, "Рейнфорд" підтверджує цю тенденцію). Головні оператори ринку діють як універсальні виробники, тобто випускають продукцію різних товарних груп із різних сегментів ринку. Більш динамічний розвиток організації, зміни в структурі виробництва, впровадження нових управлінських і технологічних підходів характерні для провідних учасників ринку, серед яких корпорація Roshen, "ABK", "Київ-Конти", "Світоч", "Крафт Фудз Україна". Тут частіше, порівняно із середніми та малими виробниками, оновлюється устаткування, закуповуються нові технології, розробляються власні інноваційні продукти. Проте, оцінюючи сегмент виробництва кондитерських виробів в цілому, відзначимо, що частка підприємств, які удосконалюють виробництво, порівняно невелика.

За регіональним розподілом невеликих кондитерських цехів, чий успіх пов'язаний переважно з унікальністю продукції та низькою ціною на вироби, найбільші обсяги виробництва припадають на Донецьку область. Друге місце посідає Полтавська, третє – м. Київ. До п'ятірки областей-лідерів входять також Дніпропетровська та Одеська області. Найменше солодоців виробляють у Севастополі, Кіровоградській та Івано-Франківській областях.

Основні виробники українського внутрішнього кондитерського ринку – "Конти", Roshen, "Крафт Фудз Україна", Nestle, "ABK" поки що успішно випереджають іноземних виробників. Власне, останніх на нашому ринку не так і багато – голландський концерн "Mars" – 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, Jaquesot, Maxim's, бельгійських – Duc d'O і Hamlet,

німецьких – *Storck, Mauxion* і *P. Reber*, скандинавської *Fazer*, швейцарських – *Frey, Midor, Lindt* і деяких російських – *А. Коркунов, ф-ка ім. Бабаєва, "Рот Фронт"* та ін. Продукція усіх цих імпортерів набагато дорожча, тому не конкурентоспроможна й купується переважно на подарунок [2] (рис. 2).

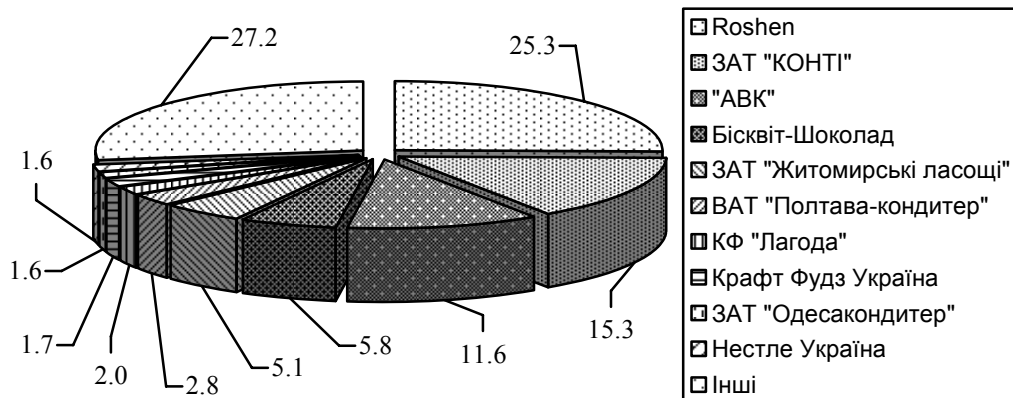


Рис. 2. Поділ ринку кондитерських виробів в Україні основними операторами в 2010 р., %

Присутність українських виробників кондитерських виробів на російському ринку оцінюється в 10–12 %, не зважаючи на жорсткі заходи захисту інтересів внутрішніх виробників із російської сторони [4, с. 8].

Основними ринками збуту українських кондитерських виробів залишаються країни СНД (94 % у 2009 р.), далеке ж зарубіжжя практично закрите для них: європейський ринок захищений високим митом – від 50 % [3].

Із 21 серпня 2008 р. по 21 серпня 2011 р. діють антидемпінгові заходи щодо імпорту карамельної продукції з України в Білорусь. Розмір мита становить 11.76 та 23.9 %. Лише для трьох українських компаній (корпорацій *Roshen* і *"Бісквіт-Шоколад"* та *ЗАТ "Житомирські ласощі"*) стягнення антидемпінгового мита призупинено з 7 жовтня 2009 р. за умови виконання прийнятих виробниками цінових зобов'язань [15]. Окрім того, у листопаді 2010 р. Росія ввела обмеження на імпорт української карамелі строком на 3 роки, а введення мита в 294.1 долара США за тонну зробили експорт карамелі на цей ринок не вигідним.

У 2008 р. експорт кондитерської продукції становив 368.3 тис. т (33 %) на суму 802.5 млн доларів США. Експорт здійснено до 46 країн

світу, в т. ч. до ЄС – 3.39 і Росії – 7.3 %. Значні експортні поставки мали місце до Казахстану – 20.4, Азербайджану – 7.7, Грузії – 6.1, Молдови – 5.2 % [16].

У 2009 р. експорт кондитерських виробів із цукру, включаючи білий шоколад без вмісту какао, становив 88.88 тис. т на суму 128.08 млн доларів США. Основними імпортерами української продукції в кількісному вимірі були Росія – 24.5, Казахстан – 17.7 і Азербайджан – 12.1 %. У цілому на країни СНД припадає 80.7 % загального обсягу експорту, на країни Європи – 7.3, Азії – 11.5 %. Отже, перспективними ринками збуту цієї продукції є Росія, Казахстан, Азербайджан, Білорусь, Молдова та країни Азії [17].

Найкращу динаміку показників експорту також демонструють великі компанії: наприклад, корпорація "Бісквіт-Шоколад" у першій половині 2010 р. збільшила постачання своєї продукції за кордон на 56.8 % порівняно з аналогічним періодом минулого року – частка експорту в загальній реалізації зросла на 10 %. Експорт продукції корпорації *Roshen* становив 37 тис. т. Загальний обсяг експорту ЗАТ "Житомирські ласощі" зріс на 22 %, при цьому постачання продукції відбулося в 22 країни світу.

Структуру зовнішньої торгівлі кондитерськими виробами в Україні представлено в *табл. 2*.

Таблиця 2

Товарна структура зовнішньої торгівлі кондитерськими виробами в Україні [18]

Назва товарів	2009	2010	2009	2010
	Експорт			
	тис. доларів США		% до попереднього року	
Цукор і кондвироби з цукру	165184.6	206502.6	100.5	125.0
Какао та продукти з нього	448559.9	591611.9	89.2	131.9
	Імпорт			
Цукор і кондвироби з цукру	87551.1	231355.6	130.3	264.3
Какао та продукти з нього	302339.1	407333.7	84.2	134.7

У 2010 р., порівняно з 2009 р., експорт кондитерських виробів значно зріс: цукристі кондвироби на 25 %, шоколадні – на 31.9 %. У загальному ж обсязі експорту майже нічого не змінилося. Проте мав місце досить значний імпорт, який зріс для цукристих виробів більше ніж у 2.5 рази в 2010 р. порівняно з 2009 р. та на 34.7 % для виробів із

какао. Загалом спостерігається аналогічна тенденція і для виробів із цукру – збільшення находжень у 2 рази. Однак загальні обсяги експорту кондитерських виробів переважають імпорт.

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. Між першими 12–15 найбільшими компаніями конкуренція зберігається на досить високому рівні – як за ціновими, так і за неціновими (якість, упаковка тощо) параметрами.

Перважна кількість малих виробників кондитерських виробів слабо модернізовані, їхні ринки збуту обмежені, в них відсутні розвинені торгові марки. Вони не конкурують із великими виробниками та займають відносно вільні ніші – виробництво борошняних кондитерських виробів із використанням ручної роботи (торти й тістечка); робота на замовлення роздрібних торговельних мереж. Завдяки нижчій ціновій політиці скорочують собівартість виробництва за рахунок дешевшої сировини.

Економіка України поступово повертається в нормальне русло після кризи. З початку 2010 р. харчова промисловість упевнено нарощує обсяги виробництва. Сегменти харчової промисловості, пов'язані з виробництвом кондитерських виробів (особливо шоколадних цукерок та шоколаду в плитках), представляють підвищений інтерес для інвесторів: вони цінні ринками збуту (дистрибуцією) і кваліфікованими кадрами, характеризуються прозорою структурою власності, оптимізованими фінансовими потоками, ефективною системою корпоративного управління. За оцінками експертів, у наступні 2–3 роки очікується щорічний приріст ринку на 3–5 % у натуральному вираженні [19].

Підприємства кондитерської галузі своїми зусиллями, а також за умов ефективної державної політики можуть забезпечити зростання ВВП, зокрема за рахунок експорту продукції. Державна протекціоністська політика повинна проводитися перш за все в цукровій промисловості – від вирощування сировини до отримання готової продукції. Для забезпечення оновлення технічної бази підприємств потрібно знижувати податки на імпортоване обладнання, якщо країна не має аналогічних зразків. Треба посилити зовнішньоекономічну діяльність у країнах світу для отримання замовлень на продукцію, навіть ставити завдання побудови дочірніх підприємств у країнах-імпортерах із випуску готової продукції, а також вирощування сировини для себе. Прикладом може слугувати корпорація *Roshen*, яка має свої фабрики в Росії та Литві.

Останнім часом постає питання про виробництво дієтичної продукції. У цьому напрямі почали працювати й багато наших кондитерів, що, безумовно, є перспективним.

Серед стратегічних планів кондитерів слід виділити: модернізацію виробництва для виготовлення якісної продукції, установку високотехнологічного обладнання, яке дає змогу розширювати асортимент; інноваційні кроки в сфері асортименту й маркетингової політики; активізацію рекламної діяльності; удосконалення системи розподільної логістики; розширення каналів збуту й відносин із роздрібними торговельними мережами; зближення виробника зі споживачем (промо-заходи, участь у цінових акціях, розміщення свого торгового обладнання в залах магазинів); а також переорієнтація з виробництва продукції преміум-класу (дорогих шоколадних цукерок в коробках) на збільшення обсягів вагових шоколадних цукерок, оскільки цей сегмент практично не зазнав впливу фінансової кризи й досі залишається бажаним.

Таким чином, можна зробити висновок, що ринок кондитерських виробів в Україні протягом 2005–2010 рр. розвивався динамічно. До 2009 р. досягнута певна структуризація ринку: основні суб'єкти створили холдинги та корпорації, завоювали споживачів у своїх сегментах ринку, налагодили постачання як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках, інвестували в нове обладнання, зосередилися на якості й асортименті продукції, закріпили старі бренди та вивели на ринок інноваційні продукти й нові торгові марки. У кондитерському секторі ринку працює 833 підприємства, для 472 з яких кондитерська галузь є основною. Більшість змін у цій сфері відбулися завдяки інвестиціям, які мали і зовнішнє, і вітчизняне походження. Кожен із сегментів цього ринку мав власну динаміку як у грошовому, так і в натуральному вимірі.

Кондитерський ринок України в найближчі роки чекатиме спеціалізація, а виробництво й надалі концентруватиметься в найбільших холдингах.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Галушко О. С.* Тенденції розвитку ринку кондитерських виробів та особливості трансформації у системі цінностей його учасників / О. С. Галушко // Актуальні проблеми економіки. — 2009. — № 1. — С. 15—21.
2. *Гагарина А.* Шоколадные настроения / А. Гагарина // Хлеб и кондитерка. — 2011. — № 1 (76) янв. — Режим доступа : <http://www.meatbusiness.ua/article.php?p=701&j=1>.
3. *Гагарина А.* Это сладкое слово — конфета! / А. Гагарина // Хлеб и кондитерка. — 2010. — № 8 (72) сент. — Режим доступа : <http://www.meatbusiness.ua/article.php?p=667&j=1>.
4. *Мозговая О. И.* Анализ рынка кондитерских изделий / О. И. Мозговая, С. Г. Заболотный // УкрАгроКонсалт. — 2009. — № 3. — С. 8.

5. *Закревська Л. М.* Сучасний стан та перспективи розвитку експортної політики підприємств кондитерської промисловості України / Л. М. Закревська // Економіка: проблеми теорії та практики : зб. наук. пр. — Д. : ДНУ, 2004. — С. 752—757.
6. *Акціонування і приватизація підприємств харчосмакової промисловості* / [Рябченко О. Д., Єлагін Ю. В., Водотика О. М., Бахтир О. П.]. — Х. : Основа, 1998. — С. 21—30.
7. *Бут О.* Сладкий бастион / О. Бут // Мир продуктів. — 2010. — № 1. — С. 16—18.
8. *Український ринок кондитерських изделий демонструє хороші показники по виробництву, експорту і імпорту.* — Режим доступу : <http://www.ukrkonditer.kiev.ua/news/5921>.
9. *Силивончик А.* Остатки сладких / А. Силивончик // Бизнес. — 2011. — № 12. — С. 63—66.
10. *Крупные кондитерские компании Украины увеличили в 2009 году объемы производства.* — Режим доступу : <http://www.ukrkonditer.kiev.ua/news/5130>.
11. *Чистая прибыль корпорации "Бисквит-Шоколад" в 2010 г. выросла на 9,5 % – до 58,4 млн грн.* — Режим доступу : <http://www.foodnewsweek.ru/tmpl2.php?PN=doct.php&dout=text&dsubj=3&dtype=4&nid=50767>.
12. *Група "Конті" в 2010 р. збільшила обсяг реалізації продукції на 27 % – до 4,2 млрд грн.* — Режим доступу : <http://vcourse.ua/ua/business/obem-realizacii-produkcii-na-27-do-4-2-mlrd-grn.html>.
13. *Roshen (Україна) збільшила продажі на 32 % за рік.* — Режим доступу : <http://www.foodnewsweek.ru/tmpl2.php?PN=doct.php&dout=text&dsubj=3&dtype=4&nid=49708>.
14. *Компанія "Житомирські ласощі" скоротила виробництво.* — Режим доступу : http://chortolisy.info/news/kompanija_zhitomirski_lasosshi_skorotila_virobnictvo/2011-02-01-1524.
15. *Обзор рынка кондитерских изделий Украины. 2010 год (8).* — Режим доступу : <http://pro-consulting.com.ua/analiz/pitanie/kond/index1.html>.
16. *Харчова промисловість у 2008 році (панорама).* — Режим доступу : <http://www.minagro.gov.ua/page/?8068>.
17. *Ковальов О. М.* Стан та перспективи експорту продукції кондитерської промисловості України / О. М. Ковальов, Л. Л. Лобоцька. — Режим доступу : http://www.rusnauka.com/12_KPSN_2010/Economics/63408.doc.htm.
18. *Товарна структура зовнішньої торгівлі за 2010 та 2009 рр.* — Режим доступу : <http://www.ukrstut.gov.ua>.
19. *Печиво пішло на експорт (інформація на 18.04.2011).* — Режим доступу : <http://news.finance.ua/ua/~2/0/all/2011/04/18/235437>.