

ДОСЛІДЖЕННЯ СТРУКТУРИ ГАЛУЗЕВОГО РИНКУ КОНДИТЕРСЬКИХ ВИРОБІВ УКРАЇНИ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

Вивчено особливості функціонування галузевого ринку кондитерських виробів та здійснено оцінку його внутрішньої структури.

Ключові слова: галузевий ринок, ринкові умови, структура, конкуренція, споживач, товари, компанії, кондитерські вироби.

Abstract

The peculiarities of the functioning of the branch market of confectionery products have been studied and its internal structure has been assessed.

Keywords: industry market, market conditions, structure, competition, consumer, goods, companies, confectionery.

Український ринок кондитерських виробів – один із найбільш розвинутих і привабливих у вітчизняній харчовій промисловості. Кондитерська галузь становить щороку близько 11-15% всієї харчової промисловості країни.

Продукцію кондитерського ринку нашої держави можна умовно розподілити на борошняні, шоколадні та цукрові кондитерські вироби.

В структурі кондитерської галузі успішно домінують борошняні вироби і шоколад. При цьому більше половини (55,3%) складають борошняні вироби. Шоколад і продукти з вмістом какао разом мають частку в 23,6% [1].

Основні товари-замінники – це шоколад, тістечка, печиво, вафлі, халва, торти, мармелад, цукерки, батончики, бісквіти та інше. Мед та цукор – це товари, які також можуть замінити вироби на кондитерському ринку. Також окрім конкуренції з боку ринку цукру і ринку меду, ринок кондитерських виробів зазнає тиску з боку снєків-товарів типу "Фаст фуду", які задовільняють схожі споживчі потреби: здатність швидко вгамувати голод і зручність вживання.

Ринок кондитерських виробів, окрім впливу снєкової продукції, випробовує вплив ринку функціональних продуктів харчування, що динамічно розвивається, який, як і ринок снєків у зв'язку зі світовою тенденцією прагнення споживачів до здорового способу життя.

Ринок кондитерських виробів в Україні є висококонцентрованим. Більше 95% ринку займають товари вітчизняних компаній. Останніми роками на цьому ринку склалася олігополія. Основні суб'єкти ринку займають понад 61% у структурі виробництва кондитерських виробів, другу частину, яка складає трохи менше ніж 40%, займають невеликі кондитерські підприємства, конкурентні переваги яких пов'язані переважно з унікальністю продукції та середньою ціною. Аналізуючи рівень конкуренції на ринку кондитерських виробів України слід відмітити, що за останні десять років інтенсивність конкуренції на ринку зросла. Це дозволяє зробити висновок про перерозподіл часток ринку між основними гравцями в галузі та про скорочення кількості дрібних виробників. Кількість висококонкурентних підприємств обмежена, що є загрозовим для подальшого розвитку ринку. Процес зміцнення лідерів ринку, що й надалі триває, може призвести до підсилення конкуренції і змусить більш слабкі підприємства залишити ринок, що в підсумку створить загрозу його монополізації. Зменшили частку участі компанії «КОНТИ» і «АВК», значну експансію ринку здійснила компанія «РОШЕН», але тенденція до олігополістичності ринку зберігається.

Лідерами на ринку серед виробників продукції є такі кондитерські компанії як: Кондитерська корпорація «Roshen» (Київська, Кременчуцька, Бориспільська та два виробничі майданчики у Вінниці, а також Вінницький молочний завод, який забезпечує фабрики натуральною високоякісною молочною сировиною); ПрАТ КФ «АВК» (у м. Дніпропетровську, м. Мукачєво); АТ «ВО «КОНТИ»; Корпорація «БісквітШоколад» (м. Харків); ПАТ Львівська кондитерська фірма «Світоч»; ПрАТ «Житомирські ласощі»; ПАТ «Полтава кондитер»; ПрАТ «Монделіс Україна» та інші.

Кондитерське підприємство має зосереджувати увагу на товарній диференціації. Важливу роль відіграє саме якість товару, як один із критеріїв товарної диференціації, та створення бренду солодоців. Існує значна загроза для кондитерських виробів і з боку товарів-замінників. Тому більшість підприємств у своїй діяльності використовують метод урізноманітнення товару. Наприклад, хоча ПрАТ «АВК» спеціалізується на виробництві шоколадних виробів, однак підприємство має велику кількість товарів-субститутів таких, як зефір, мармелад, тістечка, вафлі. Також існує специфічна група товарів кондитерської промисловості, реалізація якої прямо залежить від упаковки. Це, наприклад, подарункові набори кондитерських виробів до свят.

Перспективними напрямками диверсифікації вітчизняних підприємств кондитерської промисловості є варіанти вертикальної диверсифікації "вгору", тобто поглинання підприємств-виробників основної та допоміжної сировини, що використовується в процесі виробництва різних кондитерських виробів. Диверсифікація за рахунок злиття або поглинання підприємств-виробників основної сировини, такого як цукор, борошно або какао-боби, дозволяє кондитерському підприємству, по-перше, знизити витрати виробництва, по-друге, забезпечити безперебійну поставку основної сировини, що дозволить підприємству яке диверсифікується, уникнути збитків, викликаних простоями виробництва [3].

В якості прикладу здійснення стратегії вертикальної диверсифікації можна навести вхід АТЗТ "Харківська бісквітна фабрика" в Акціонерний Капітал Первухінського цукрового заводу (24,91% акцій).

«Бісквіт-шоколад» провів вертикальну диверсифікацію і включив до сфери свого управління ТОВ «Красноградський млин», який має обладнання для контролю за температурою, сушіння, очищення і саме від нього «Бісквіт-шоколад» отримує борошно пшеничне першого гатунку.

Основні бар'єри на кондитерському ринку – це високі стартові затрати, потреба в інформації про смаки покупців, канали поставок, методи організації торгівлі на даному ринку, інформаційні бар'єри, стартові затрати, адміністративні бар'єри, споживчі стереотипи тощо.

Інтеграційні процеси в галузі можемо засвідчити присутністю дочірніх підприємств транснаціональних компаній «Nestle» («Світоч»).

Висновки.

Особливістю ринку кондитерських виробів України є сезонні коливання та постійне розширення асортименту продукції. Як показують дослідження, серед вподобань вітчизняного споживача більше 95% ринку займають товари вітчизняних компаній. Популярність продукції вітчизняних кондитерів обумовлена такими факторами, як: ціна, якість, впізнаваність вітчизняної продукції; відповідність продукції традиціям та класичним вподобанням. Кондитерське виробництво України є висококонцентрованим. Протягом останніх років суб'єкти підприємництва-кондитери налагоджують частку експорту.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Загричанська А. В., Голюк В. Я. Аналіз сучасного кондитерського ринку України. [Електронний ресурс]. URL: <http://ape.fmm.kpi.ua/article/view/226703/226227>
2. Латишев К. О., Мороз О. В., Герасимчук В. В. Споживчі переваги як основа формування асортиментної лінійки борошняних кондитерських виробів «Вісник Хмельницького національного університету». 2020. № 5. С. 102–106.
3. Богуславський Є. І., Мовчан А. С. Диверсифікація підприємств кондитерської галузі як чинник її економічного зростання. [Електронний ресурс]. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4893>

Філатова Любов Сергіївна — канд. екон. наук, старший викладач кафедри менеджменту, маркетингу та економіки, Вінницький національний технічний університет. e-mail: filatovalyba@gmail.com

Чайковська Анна Володимирівна - студентка групи Мр-20б, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, e-mail: anna-chaikovska@ukr.net

Filatova Lyubov Sergiyivna — Cand. Sc. (Economics), Senior Lecturer with the Department of Management, marketing and Economics, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, e-mail: filatovalyba@gmail.com
Chaikovska Anna - student of the Mr-20b group, faculty of Management and Information Security, Vinnitsa National Technical University, Vinnitsa, e-mail: anna-chaikovska@ukr.net