

3. Зуб Л. М., Карпова Г. О. Малі річки України: характеристика, сучасний стан, шляхи збереження. Режим доступу: http://urn.iatp.org.ua/ukr_rvrs/ukrrivers.htm
4. Малі річки України. Довідник. / За ред.. А. В. Яцика. – К.: Урожай, 1991. – 294 с.
5. Мариняк Я. О. Водні ресурси Тернопільської області, їх загальні і регіональні особливості. / Природа, населення та господарство Тернопільської області, їх вивчення в загальноосвітній школі. – Тернопіль, 1991. – С. 90-95.
6. Маценко О. М. Підходи до обґрунтування економічного стимулювання стійкого управління водними ресурсами // Механізм регулювання економіки, 2008. - №2. - С. 227-231.
7. Питуляк М., Питуляк М. Структурно-територіальна організація земельного-ресурсного потенціалу Тернопільщини // Вісник Львівського університету. Серія географічна. 2014. Випуск 45. С. 84–91.
8. Регіональна доповідь про стан навколишнього природного середовища в Тернопільській області у 2012 році. <http://www.menr.gov.ua/docs/activity-dopovidi/regionalni/rehionalni-dopovidi-u-2012-rotsi/ternopilska%202012.pdf>
9. Сокіл К. Структура землекористування та заповідності річкових систем Тернопільщини. Наукові записки. Серія: географія. / Рациональне природокористування і охорона природи, 2010. - № 2.
10. Цепенда М. М. Господарська освоєність асиміляційного потенціалу річок басейну Середнього Дністра. Режим доступу: <http://arr.chnu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/881/1/Tsependa%20M.M.pdf>
11. Цепенда М. М. Особливості компонентної економіко-географічної оцінки водно-ресурсного потенціалу території. Режим доступу: <http://arr.chnu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/885/1/Stattya.pdf>
12. Черлінка Т. П. Екологічна оцінка земельного фонду Тернопільської області [Електронний ресурс] / [Черлінка Т.П., Чайка В.М.] // Збірник наукових статей “III-го Всеукраїнського з’їзду екологів з міжнародною участю”. – Вінниця, 2011. – Том.2. – С.458–460. Режим доступу: <http://eco.com.ua/content/ekologichna-otsinka-zemelnoho-fondu-ternopilskoi-oblasti>

УДК 664.68

Оксана Білан

АНАЛІТИЧНА ОЦІНКА СТАНУ КОНДИТЕРСЬКОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ ТА ЇЇ ІНВЕСТИЦІЙНИХ ПЕРСПЕКТИВ

В статті проаналізовано основні показники функціонування кондитерської галузі: досліджено динаміку обсягів виробництва, видову структуру кондитерських виробів, забезпеченість сировинними ресурсами, експортно-імпортні можливості галузі. Запропоновано пріоритетні напрямки розвитку кондитерської галузі в контексті європейської інтеграції.

In the article the basic indexes of functioning pastry industry are analysed: the dynamics of production volumes, specific structure of pastry wares, provision of sources raw materials, export-import possibilities of industry, is investigational. Priority directions of development pastry industry are offered in the context of European integration.

Ключові слова: кондитерська галузь, кондитерські вироби, інвестиції, перспективи.

Key words: pastry shop industry, pastry wares, investments, prospects.

Постановка проблеми в загальному вигляді та її зв’язок з важливими науковими і практичними завданнями. Сектор виробництва кондитерських виробів є важливою складовою харчової промисловості України за обсягами виробництва, часткою експорту, обсягами залучення інвестицій, а отже, за інвестиційною привабливістю. Це одна з небагатьох високорентабельних галузей промисловості, яка змогла відносно швидко адаптуватись до ринкових умов господарювання і увійти в десятку бюджетотворюючих секторів економіки.

Складна економічна та політична ситуація в країні, зміна зовнішніх експортних пріоритетів України, спад виробництва та відсутність достатнього досвіду реального інвестування, невіршеність значної кількості проблем кондитерської галузі потребують глибших досліджень та обумовлюють їхню актуальність.

Мета статті – аналіз стану вітчизняного ринку кондитерських виробів та визначення перспектив його розвитку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв’язання проблеми. Питання стану, проблем та перспектив розвитку вітчизняної кондитерської галузі досліджували такі вчені як О. Галушко, А. Гагаріна, С. Заболотний, М. Закревська, І. Лазебна, М. Мальчик, О. Мозгова, О. Попко та ін. Проте потребують уточнення й подальшого вирішення питання пошуку інвестиційних перспектив для вітчизняних підприємств кондитерської галузі в контексті європейської інтеграції України.

Викладення основного матеріалу дослідження. Загальна місткість вітчизняного ринку кондитерської продукції оцінюється в 1 млн. тонн. Сьогодні він достатньо розвинений і структурований. Виробники стимулюють зростання споживання якісних і складних у виготовленні кондитерських виробів.

На думку експертів, кондитерський ринок в Україні характерний певними особливостями, зокрема:

- значна матеріаломісткість: більша частина витрат спрямована на придбання сировини;
- сезонність виробництва сировини, що викликана коливанням цін на цукор, борошно та какао-боби протягом року;
- сезонність виробництва готової кондитерської продукції: восени та взимку попит на кондитерські вироби зростає, а отже, зростають й обсяги виробництва [3; 4; 7].

Нині ринок кондитерських виробів в Україні розвивається порівняно стабільно. Проте статистичні дані ілюструють помітно стійку тенденцію до уповільнення темпів росту ринку. До кризи кондитерська галузь в Україні стабільно зростала, після - розвиток ринку став швидко сповільнюватися: на 3-8% у 2007-2008 рр., а у 2009 р. зниження обсягів виробництва становило 4,3% [6]. Показники роботи кондитерського ринку вказують на те, що у 2010 р. спостерігалася невелика позитивна динаміка виробництва. За даними Держстату України, у 2010 р. у порівнянні з 2009 р. обсяги виробництва солодощів збільшилися на 2% до 1089 тис.т. За період з 2011-2013 рр. також відбувалося незначне коливання значення обсягів виробництва кондитерської продукції [6].

Отже, за таких умов ринок кондитерських виробів майже досягнув рівня свого повного насичення та, по суті, вичерпав резерви для екстенсивного зростання, що потребує від виробників пошуку додаткових можливостей підвищення доходності. Виробники повинні досліджувати уподобання споживачів; пропонувати ті продукти, на які на сьогодні є попит; вилучати з обігу товари, які не користуються попитом; створювати новий попит [4].

У секторі кондитерських виробів виділяють три основних сегменти: борошняні, цукристі та шоколадні кондитерські вироби.

Найбільшу частку у грошовому вимірі (41,3%) становить сегмент шоколадних виробів і какао; 37,1% припадає на борошняні вироби, частка цукристих – 21,6%. Розподіл сегментів кондитерського ринку між зазначеними групами у натуральному вимірі дещо інший: 41,4% – борошняні кондитерські вироби; 32,0% – цукристі та 26,6% – шоколадні вироби і какао.

Варто зазначити, що ринок кондитерських виробів в Україні має чітко визначену сезонність: найменшим є споживання цієї продукції у літні місяці, тоді як під час новорічних свят воно досягає свого найбільшого значення.

Аналіз галузі – це, насамперед, аналіз пропозиції. На сьогодні в Україні налічується близько тисячі виробників кондитерської продукції. Сюди входять як спеціалізовані кондитерські фабрики, комбінати, так і приватні кондитерські цехи та окремі цехи з виготовлення кондитерських виробів – складові хлібопекарних підприємств тощо.

Усіх виробників кондитерської продукції можна поділити на три групи залежно від обсягів виробництва, способу виходу на ринок та рівня впливу на нього, регіонального розміщення.

До першої, нечисленної, але найпотужнішої групи, належать кондитерські концерни, найбільші серед яких – «Roshen», «Конті», «АВК». До другої групи належать підприємства, які працюють на обласних та регіональних ринках. У цих підприємств недостатньо потужностей для виходу на загальноукраїнський ринок. Третя група – це дрібні підприємства (часто вони виробляють не лише кондитерську продукцію), які поставляють продукцію на ринок міста чи навіть району.

Щодо перспектив невеликих кондитерських цехів, то їх успіх пов'язаний головним чином із унікальністю пропонованої продукції та низькою ціною на вироби.

За регіональним розподілом найбільші обсяги виробництва припадають на Донецьку, Полтавську, Дніпропетровську, Одеську області та місто Київ. Найменше кондитерських виробів продукують у Севастополі, Кіровоградській та Івано-Франківській областях.

Якщо оцінювати рівень конкуренції в галузі, то їй властиві такі основні ознаки:

- 1) висока структурованість ринку та високий рівень конкуренції;
- 2) завершення процесу розподілу ринку; лише грамотна маркетингова стратегія може забезпечити просування нової продукції у невеликі ринкові ніші;
- 3) можливість входження в галузь нових потенційних конкурентів у вигляді торговельних мереж, які мають власні кондитерські цехи; це властиве найбільшою мірою сегменту борошняних кондитерських виробів; за умови припинення зростання ринку загострюється галузева конкуренція;
- 4) високий ступінь залежності від обмеженого кола постачальників какао-бобів; це впливає в основному на виробників шоколаду і шоколадної продукції; у цьому проявляється висока конкурентна сила постачальників;
- 5) відмова від цінових способів конкуренції; при кількісному насиченні кондитерського ринку споживачі більш вимогливі до солодоців і визначальним чинником купівлі є не ціна виробів, а їх якість; конкуренція вимагає від виробників поліпшення якості кондитерських виробів, розширення асортименту, тому вони освоюють виробництво високоякісних і складних у виготовленні кондитерських виробів;
- 6) інвестування коштів в обладнання і нові технології, оскільки конкурентоспроможний продукт можна виготовити на сучасному обладнанні із застосуванням новітніх технологій; це сприяє зниженню собівартості продукції;
- 7) розвиток спеціалізації та створення нових брендів; виробники-кондитери прагнуть стати помітними в певному сегменті, створити власне «обличчя»; для цього вони переглядають асортимент, знімаючи з виробництва малопопулярні види продукції;
- 8) посилення уваги до преміум-сегмента; за умови зростання обсягів споживання продукції преміум-класу виробники прагнуть освоїти її випуск.

Жорстка конкуренція в галузі є каталізатором процесів реконструкції підприємств, розроблення нових видів продукції, оновлення асортименту, впровадження сучасних технологій. Це стосується усіх без винятку підприємств незалежно від їх географічного розташування та величини. В умовах структурованого ринку привабити нових споживачів можна лише за рахунок поліпшення асортименту продукції та підвищення її якості.

У ситуації, що склалась, коли основними конкурентними перевагами вітчизняних виробників як на внутрішньому, та і на зовнішніх ринках мають стати висока якість продукції та невисокі ціни на неї, цілком обґрунтованою є необхідність запровадження інвестиційного планування для забезпечення можливості збереження підприємствами свого ринкового сегмента та, у міру можливостей, його розширення.

Попри наявні процеси концентрації капіталу в кондитерській галузі кількість дрібних виробників не зменшується. Варто зазначити, що і в розвинутих європейських країнах поряд з гігантами працюють і маленькі успішні кондитерські. Це пояснюється складністю технологічних процесів у галузі, які обумовлюють одночасне функціонування великих підприємств, що випускають, наприклад, шоколадну плитку (це виробництво циклічне, масове), та невеликих кондитерських фабрик, що виготовляють ексклюзивну продукцію.

Виробництво кондитерських виробів є матеріаломістким. За середньої рентабельності виробництва 8-18% у собівартості кондитерської продукції найбільша частка витрат припадає на сировину (60-75%). Основними сировинними складовими кондитерських виробів є борошно, цукор, молоко, вершкове масло, кондитерський жир, какао. Переважна більшість з

них – вітчизняні. Імпортують лише ті види сировини, які в Україні не виробляють: какао-боби, фундук, арахіс, горіх кеш'ю, а також екзотичні жири і суміші, такі, як кокосова, арахісова олія тощо. У деяких виробництвах питома вага імпоротної сировини в собівартості продукції сягає 60%, особливо при виробництві шоколаду і шоколадних виробів. Для таких виробників негативний вплив має зростання курсу іноземної валюти.

Основними сировинними проблемами вітчизняних кондитерів нині є нестабільність цін на українському ринку, зниження якості вітчизняної сировини, яка не задовольняє стандарти виробників-кондитерів. У 2012 р. ціни на кондитерські вироби зросли до 20 %. Така ситуація пояснюється саме нестабільністю на сировинному ринку України.

Кондитерська галузь є чи не найбільшим споживачем цукру в Україні. Вітчизняні кондитерські підприємства споживають близько 500 тис. т цукру на рік. Проблемним питанням залишається сезонне коливання цін на цукор: найнижчими вони є в період початку сезону цукроваріння, тоді ціна знижується на 50 %; найвищими – влітку. Одним із шляхів подолання такої ситуації є підписання угод про постачання цукру за фіксованими цінами на рік. Але такі угоди під силу лише великим підприємствам.

Забезпечення підприємств якісним борошном є однією з найкритичніших проблем для сегмента борошняних кондитерських виробів через те, що в Україні ринок виробництва борошна діє в межах застарілих стандартів, відсутня система виробництва борошна спеціального призначення. Проте використання недорогого низькоякісного борошна дозволяє малим і середнім підприємствам борошняного сектора забезпечувати рентабельність виробництва, знижуючи споживчі характеристики продукції.

За даними Держстату за період 2009-2010 рр. відбулося різке скорочення виробництва борошна, а з 2011 р. відновилася позитивна динаміка. Так, у 2011 р. було виготовлено 2596 тис.т борошна, в 2012 р. – 2605 тис.т, проте в 2013 р. обсяги виробництва борошна скоротилися до 2542 тис.т [6].

Нестабільність на сировинному ринку є підтвердженням того, що постачальники як елемент мікросередовища функціонування кондитерських підприємств мають досить суттєвий вплив на виробників-кондитерів і є потужною впливовою силою на ринок їх продукції. Підприємствам доводиться формувати великі запаси сировини, відволікати фінансові ресурси в авансовані проплати постачальникам, здійснювати перерахунки собівартості, змінювати відпускні ціни і, що найпроблематичніше, змінювати технологічні виробничі процеси.

У 2012-2013 рр. більшість підприємств кондитерського сектора направляли інвестиції на підтримання обладнання в належному стані.

Кондитерські підприємства реалізують свою продукцію через різні канали збуту. Такими каналами є власна роздрібна мережа (характерна для малих підприємств); прямий продаж кінцевим споживачам (властивий малим і середнім виробникам, які впевнено представлені на регіональних ринках); реалізація через посередників-дистриб'юторів (характерна для великих і середніх підприємств).

У структурі зовнішньої торгівлі кондитерської галузі спостерігається чітко виражена експортна орієнтація. Обсяг імпорту кондитерських виробів в Україні знаходиться на відносно низькому рівні і складає 42,2% від експорту. Це пов'язано з наявністю в Україні значних конкурентних переваг у кондитерській галузі на світовому ринку через достатню забезпеченість основною сировиною та дешевою робочою силою.

Кондитерський ринок України сформований внутрішнім виробництвом, а в різних його сегментах частка імпорту становить 1,5-8% загальних обсягів продажів у вартісному вираженні. Імпортують переважно деякі сорти шоколаду, дорогі види печива в подарунковій упаковці, випуском яких вітчизняні кондитери поки що не займаються у великих обсягах. Імпорт цукристих кондитерських виробів характерний нестабільністю, а карамелі – у вигляді продуктів, що не мають аналогів в Україні.

Починаючи з 2010 р. вітчизняним виробникам-кондитерам вдалось наростити обсяги експорту до рівня вище докризового, що свідчить про поживлення сектора. За даними Держстату, обсяг українського експорту нині сягає \$1 млрд.

Зазначимо, що українські кондитерські вироби є конкурентоспроможними на ринках країн СНД не тільки через нижчу ціну, але й за асортиментом та якістю товару. Тому виробники кондитерської продукції Росії, Казахстану, Білорусі та інших країн зазвичай лобю-

ють застосування торгівельних обмежень щодо українських товарів цієї галузі. Так, з 5 вересня 2014 р. Росія заборонила ввезення кондитерських виробів з України, аргументуючи тим, що були виявлені порушення вимог законодавства в галузі захисту прав споживачів – невідповідність вимог, що пред'являються до маркування продукції. Проте, зважаючи на останні політичні події, така заборона є нічим іншим, як оголошенням «торговельної війни» [8].

Однак підписання Угоди про асоціативне членство Україна — ЄС відкриває перед українськими виробниками нові перспективи розвитку. Вітчизняна кондитерська промисловість сьогодні дедалі більше зміщується у фазу якісного зростання і цілком готова до конкуренції на європейських ринках. Галузь розвивається в умовах жорсткої внутрішньої і зовнішньої конкуренції, що стимулює постійно вдосконалювати управлінські процеси і забезпечувати високі світові стандарти якості виробленої продукції. Ринок ЄС має найбільший потенціал щодо збільшення поставок українських кондитерських виробів. Його обсяг оцінюється в 40 млрд євро, а обсяг нашого традиційного ринку збуту – Митного союзу – лише 3 млрд євро. Отже, зайняття вітчизняними підприємствами навіть невеликої ніші на ринку ЄС означає значне збільшення внутрішнього виробництва кондитерської продукції [5].

Підсумовуючи викладене, визначимо основні напрямки інтенсивного зростання сектора кондитерських виробів: 1) підвищення якості продукції; 2) впровадження на підприємстві сучасної системи харчової безпеки; 3) розширення асортименту продукції; 4) активна маркетингова політика виробників; 5) використання нових енергозберігаючих технологій та сучасних матеріалів пакування.

Попри асортимент та насиченість на ринку кондитерських виробів є ще не заповнені або недостатньо заповнені ніші, які можуть бути цікавими як для великих виробників, так і для невеликих підприємств або цехів.

Однією з таких ніш можна вважати дитячу групу кондитерських виробів. Більшість вітчизняних виробників виготовляють солодощі нецільового призначення, тобто і для дорослих, і для дітей. Тоді як в країнах Європи та США виготовляють кондитерську продукцію цільового призначення - суто для дітей. Її відмінність – спеціальна рецептура приготування з мінімальним вмістом консервантів, барвників, підсилювачів смаку й запаху, цікаві ідеї виконання та оригінальна упаковка.

Окрім того, дедалі більше населення віддає перевагу здоровій їжі, навіть з'явився окремий напрямок у харчовій індустрії – виготовлення органічних продуктів (їх ще називають екопродуктами), тобто без консервантів, барвників та інших хімічних домішок, із сільськогосподарської сировини, вирощеної без застосування пестицидів, хімічних добрив тощо. У Європі кількість споживання органічної продукції щороку зростає на 10-15%.

Дослідження показали, що більше 40% споживачів готові купувати екологічно чисту продукцію навіть за більшу ціну. Попит на органічну продукцію великий, проте вітчизняним виробникам бракує і досвіду, і ресурсів для заповнення цієї ніші.

Цей напрямок розвитку особливо актуальний для виробників-кондитерів нашого аграрного регіону. Достатня кількість угідь сільськогосподарського призначення, висока питома вага сільського населення створюють підґрунтя для розвитку саме цього напрямку в кондитерському виробництві.

Таким чином, вважаємо, що нині пріоритетним напрямком діяльності вітчизняних підприємств харчової промисловості є виготовлення біологічно чистих органічних продуктів, тобто здорових продуктів харчування. Підвищити біологічну цінність кондитерських виробів можливо за рахунок введення до їх рецептури сировинних компонентів, що містять вітаміни, мінерали та амінокислоти. Таким джерелом біологічно активних сполук є рослинна сировина, яка навіть у мінімальних кількостях має лікувально-профілактичну дію. Досліджено можливість використання фітодобавок з лікарських трав, зародків пшениці, продуктів переробки сої при виробництві желейних і збивних напівфабрикатів, а також печива, тортів і тістечок [2, 18-19].

Використання поліфункціональних рослинних добавок, зокрема мікрокристалічної целюлози, морських водоростей, пектинів, β - каротину дає змогу розширити асортимент профілактичних кондитерських виробів, знизити калорійність і продовжити тривалість їх свіжості.

Після закриття російського ринку збуту вітчизняні кондитери опинилися в ситуації, коли підприємства виготовляють набагато більше кондитерських виробів, ніж потребує внутрішній ринок. У зв'язку з цим українські виробники повинні працювати над освоєнням європейського ринку збуту та ринків збуту інших країн. Проте на експортному шляху кондитерської продукції є чимало перешкод. Одна з найголовніших – це невідповідність вимог до безпеки продукції.

Зазначимо, що в таких умовах необхідно прискорити впровадження сучасної системи харчової безпеки НАССР в Україні. Саме система аналізу ризиків, небезпечних чинників і контролю критичних точок (НАССР - Hazard Analysis and Critical Control Point) здатна не лише гарантувати харчову безпеку, але й збільшити експортні можливості та інвестиційну привабливість українських підприємств.

Проте між залученням інвестицій та НАССР існує прямий взаємозв'язок. Кожен інвестор, особливо в сфері виробництва харчової продукції, оцінює ризики (насамперед ризики, пов'язані з харчовою безпекою) з метою їх мінімізації. При цьому найкращим інструментом буде впровадження на підприємстві сучасної системи харчової безпеки, ґрунтованої на НАССР.

Отже, сьогодні дуже важливо, щоб вітчизняна кондитерська продукція відповідала високим міжнародним вимогам харчової безпеки. Це необхідно не лише для закордонних, але й для українських споживачів.

Висновки. Таким чином, відкриття європейських ринків диверсифікує експортні поставки українських кондитерських підприємств, що є стратегічно важливим з огляду на систематичне застосування Митним союзом жорстких та необґрунтованих адміністративних перепон стосовно вітчизняної продукції.

Збереження вітчизняними кондитерами своїх ринкових позицій на внутрішньому і зовнішньому ринках є неможливим без продуманої і спланованої інвестиційної діяльності. Проте для розвитку кондитерської галузі потрібні не лише інвестиції. Нарощувати виробничі потужності немає сенсу, якщо продукцію неможливо реалізувати на зовнішніх ринках. Досвід підприємств харчової індустрії Країн Євросоюзу та США свідчить про необхідність впровадження НАССР, що дасть змогу не лише збільшити експорт, а й сприятиме розвитку українського агропромислового комплексу та економіки в цілому.

Література

1. Діагностика сектору кондитерських виробів [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.ukrainetradeinvest.com/files/content/documents/ua/7_ukr.doc
2. Кисельова О. Кондитерські вироби функціонального і лікувально-профілактичного призначення / О. Кисельова, Н. Подвизнікова // Хлібопекарська і кондитерська промисловість України. – 2005. – № 9 (10). – С. 18-19.
3. Лазебна І. Ринок кондитерських виробів України [Електронний ресурс] / І. Лазебна. – Режим доступу : http://www.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/tovary/2011_1/9.pdf
4. Мальчик М. В. Фірмова торгівля в маркетингово-логістичному підході до управління діяльністю підприємств кондитерської галузі [Електронний ресурс] / М. В. Мальчик, О. В. Попко. – Режим доступу : <http://eir.pstu.edu/bitstream/handle/123456789/4879/%D1%81.%2076.pdf?sequence=1>
5. Сайт Асоціації «Укркондпром» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.aitico.com/index.php?option=com_content&view=article&id=146:2013-03-05-13-43-21&catid=43:news&Itemid=163&lang=ru
6. Сайт Держстату України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua/>
7. Стрельникова Д. Сегментация украинского рынка кондитерских изделий / Д. Стрельникова // Економіка та держава. – 2010. – № 3. – С. 69-71 .
8. РБК Україна [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://pishcheprom.rbc.ua/ukr/rf-zapretila-vvoz-konditerskih-izdeliy-iz-ukrainy-05092014081500>
9. Шестак О. В. Сучасний стан та тенденції розвитку кондитерської галузі / О. В. Шестак // Вісник ХТУ «ХП». – 2013. – № 6 (980). – С. 132-137.