STUDY OF THE MARKET OF CONFECTIONARY PRODUCTS IN UKRAINE

Olena Bochko¹, Yevhen Krykavskyy², Ignacy Petetskyi³, Kestutis Liekis⁴, Birute Aleksandraviciute⁵

Received: 2021-03-11

Accepted: 2021-04-16

DOI: <http://doi.org/10.46489/gpj.2021-1-1-7>

Abstract. The article presents the investigation of the market of confectionery products in Ukraine. We identified the reasons mentioned by consumers while choosing domestic producers, namely price availability, high quality, the trend of domestic goods consumption, a wide range of products. We analysed marketing positions of the primary producers of confectionary products, i.e. SE "CC "ROSHEN", PJSC "Confectionary factory "AVK", PJSC PC "Konti", LCF "Svitoch" (Nestle), PJSC "Mondelis Ukraine", PJSC "KhBF", ZhCF "Zhytomyrski lasoshchi", PJSC "Poltavakondyter". Based on the conducted marketing research, we found that 45% of consumers buy confectionary products 2-3 times a week and 40% - 4 times and more. Furthermore, while purchasing the confectionary products, the respondents mostly consider the price – 35% of the interviewees, brand and actions – 25%. Among the examined companies, consumers mostly prefer Roshen – 75%. Among the range of products, the preferable are sweets and chocolate – 30%, cakes – 20%, marshmallows and marmalade, and sweets in boxes – 15% each. During the COVID-19 pandemic, the purchasing capacity in the branch of confectionery products has changed, whereas the consumers' spending for confectionary products has not diminished. According to the results of the conducted research, we confirmed that 40% of consumers have not changed their spending, 35% - have reduced their spending for confectionary products, whereas 25% - have significantly cut down their spending.

Keywords: market, confectionary products, producers, competitors, consumers

¹ Olena Bochko, DSc, Professor, Department of marketing and logistic, Lviv Polytechnic National University Lviv 79013, StepanaBandery str., 12, Ukraine, e-mail: bochkoolena@ukr.net, ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3422-4654>

² Yevhen Krykavskyy, DSc, Professor, Department of marketing and logistic, Lviv Polytechnic National University Lviv 79013, StepanaBandery str., 12, Ukraine, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1847-586X>

³ Ignacy Petetskyi, PhD, Chairman of the Board of "PETECKI" Company, 11/13, Rudzka, Lodz, Poland, e-mail: sekretariat.chrapczew@peteckie.eu, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6048-8437>

⁴ Kestutis Liekis, PhD, KLQ Ltd, United Kingdom, e-mail: k.liekis@outlook.com, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6723-2223>

⁵ Birute Aleksandraviciute, PhD, Mykolas Romeris University, Lithuania, e-mail: birute.aleksandraviciute@gmail.com, ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2819-1315>

ВСТУП

Кондитерська галузь є однією з небагатьох успішних і привабливих галузей української економіки. В Україні ринок кондитерських виробів сформувався досить давно. В умовах пандемії COVID 19 і глибокої економічної кризи, спричиненої здебільшого політичними чинниками, аналіз основних тенденцій, факторів впливу й особливостей роботи кондитерської галузі економіки є особливо актуальним, оскільки саме ця галузь народного господарства забезпечують виживання країни. Даний сегмент характеризується високим рівнем конкуренції й великою кількістю кондитерських підприємств, що зумовлює наявність широкого асортименту продукції. Вітчизняними науковцями висвітлено багато теоретико-прикладних проблем, запропоновані напрями їх усунення, проаналізовано чинники впливу на розвиток ринку кондитерських виробів, зокрема Тюха І. В., Кравчук Н. В. вивчали тенденції розвитку міжнародного кондитерського ринку (Tiukha, I.V., Kravchuk, N.V. , 2012); Шашина М. В. розкривала можливі шляхи удосконалення ресурсного потенціалу кондитерської галузі; Кроніковський Д. О. аналізував економічні фактори впливу на ринок кондитерських виробів (Kornikovskiy, D. O., 2014).

У структурі виробництва кондитерських виробів в Україні у натуральному вираженні більше половини (55,3%) займають різні борошняні вироби. Шоколад і продукти з вмістом какао разом складають 23,6%. Значна частка продукції на кондитерському ринку – українського виробництва (близько 95%), проте імпорт у даному сегменті показує активне зростання. Це пов'язано зі зростанням інтересу українських споживачів до зарубіжних солодоців, які сприймаються як більш якісні.

Конкуренція на внутрішньому ринку солодоців досить велика. У галузі налічується близько 750 підприємств. Великим виробникам з часткою ринку в 10% доводиться боротися за увагу покупця з невеликими місцевими підприємствами і торговими мережами з власними пекарнями (Sokolov, O., 2018).

Останні декілька років ринок кондитерських виробів в Україні активно розвивається, розширюється асортимент, використовуються інноваційні технології. Українці стали витратити на їжу майже вдвічі більше, ніж п'ять років тому – витрати на продовольство виросли на 75%. При цьому 12% всього бюджету віддають за солодоці. Про це свідчить той факт, що українські виробники солодоців традиційно входять до світових топ-рейтингів кондитерів. У 2020 році за результатами світового рейтингу спеціалізованого видання Candy Industry, корпорація Roshen посіла 29-те місце з обсягом чистих продажів у \$800 млн., 73 місце - **Шоколадна фабрика "Тисячоліття"** – \$205 млн; 89 місце - Konti – \$147 млн. У лідерах рейтингу – **Кондитерська "Mars Wrigley"** (1 місце) **Ferrero Group** (2-ге місце) і Nestle (6-ге місце), які володіють вітчизняними брендами «Світоч» і «Корона» (Candy Industry, 2021).

Смакові переваги українців різняться за віковими категоріями – молодь значною мірою споживає батончики і шоколадки, люди середнього віку та пенсіонери більше люблять борошняну продукцію. Водночас у всіх категорій споживачів активним попитом користуються цукерки і печиво на вагу (Pro consulting. Analitika rynkiv, finansovyi konsaltnh, 2018).

РЕЗУЛЬТАТИ

Для чіткішого розуміння структури галузі кондитерських виробів в Україні, слід розглянути основних виробників

на ринку. Дві третини всього ринку і три чверті експорту контролюють: ДП "КК "РОШЕН", ПрАТ «Кондитерська фабрика «АВК», ПрАТ ВО «Конті», ЛКФ «Світоч» (Nestle), ПрАТ «Монделіс Україна», ПрАТ «ХБФ», ЖКФ «Житомирські ласощі», ПрАТ «Полтавакондитер». Загалом український споживач віддає перевагу товарам власного виробника, що пов'язано з кількома причинами:

- ціни на вітчизняні цукерки нижче, ніж на імпортні;

- якість солодоців досить висока і не поступається європейським;
- поширюється тренд споживання товарів українського виробництва;
- широкий асортимент продукції на будь-який смак і за будь-яку вартість.

На рис. 1 зображено сегментацію ринку кондитерських виробів в Україні.

Рис.1 Ринок кондитерських виробів України

Джерело: сформовано авторами за відкритими даними

Розглянемо основних виробників ринку кондитерських виробів більш детально.

1. Корпорація «Roshen». Лідер українського ринку кондитерської продукції. Компанія існує з 1996 року. Продукцію можна купити в США, Канаді, ОАЕ, Китаї, Японії, Алжирі, Ізраїлі, країнах ЄС, і СНД. Roshen стабільно входить в топ 100 кондитерських компаній світу. Кондитерська Корпорація ROSHEN у рейтингу Global Top-100 Candy Companies посідає 27-те місце. ROSHEN виробляє понад 320 найменувань високоякісних

кондитерських виробів. В асортимент корпорації входять шоколадні та желейні цукерки, карамель, ірис, шоколадні плити та батончики, печиво, вафлі, бісквітні рулети, тістечка та торти. На підприємствах корпорації ROSHEN працює система управління якістю, яка відповідає вимогам ISO 9001:2008, та система управління безпечністю харчових продуктів, яка відповідає вимогам стандарту ISO 22000:2005, що підтверджується наявністю у кожній з фабрик Корпорації сертифікатів відповідності (Korporatsiia «Roshen», 2021). Кондитерська

корпорація «Рошен» — один з найбільших виробників кондитерських виробів в Україні та Східній Європі, входить у тридцятку найбільших виробників кондитерських виробів світу. Головний офіс компанії розташовано у Києві. ROSHEN виробляє понад 320 найменувань високоякісних кондитерських виробів. В асортимент корпорації входять шоколадні та желейні цукерки, карамель, ірис, шоколадні плитки та батончики, печиво, вафлі, бісквітні рулети, тістечка та торти. Деякі з них не мають аналогів на ринку України. Загальний обсяг виробництва продукції сягає близько 300 тисяч тон на рік (Korporatsiia «Roshen», 2021).

2. Група «Конті». Заснована в 1997 році, і входить в трійку лідерів українського ринку кондитерських виробів. Сьогодні підприємство є одним з лідерів з виробництва кондитерської продукції в Україні. В місяць на фабриці може вироблятися до 2 тисяч тон продукції (Група «Konti», 2021).

3. «АВК». Компанія працює з 1991 року, основні виробничі потужності знаходяться в Дніпропетровській області - це фабрика площею 14639 кв. м. Експортує в більш ніж 20 країн світу, серед яких Німеччина, Великобританія, Латвія, і Ізраїль. Виробництво компанії сертифіковано відповідно до міжнародної системи менеджменту якості ISO 9000, ISO 22000. У 2017 році високу якість нашої продукції підтверджено міжнародним стандартом IFS, що дає можливість продажів солодоців під брендом АВК в торгові мережі країн Європейського Союзу. Однією з найпопулярніших є серія «Труфальє». Компанія також постраждала через проведення АТО, довелося призупинити роботу Донецької та Луганської фабрик. Ще одна фабрика знаходиться в Мукачеві (Закарпатська область), на її офіційному сайті шукають інвесторів, готових

вкласти гроші або викупити фабрику (Kompaniia «AVK», 2021).

4. Nestle Україна. На Українському ринку з 1994 року, хоча кондитерський напрям - не основна спеціалізація корпорації. В Україні з 1998 року володіє брендом «Світоч». Сьогодні компанія просуває на українському ринку продукцію торгових марок NESCAFÉ, Nesquik, Coffee-mate, Nuts, KitKat, Lion, Purina, Gerber, „Світоч“, „Торчин“ та „Мівіна“, котрі користуються великою популярністю серед споживачів (Nestle Ukraine, 2021).

5. Кондитерская фабрика «Житомирські ласощі». Фабрику було засновано у 1944 році і сьогодні вона є найстарішим із підприємств кондитерської галузі України. Компанія виробляє продукцію для діабетиків. Виробнича потужність підприємства - 80 тисяч тонн продукції на рік. Підприємство Житомирські ласощі виробляє шоколадні, пралінові, помадні, вафельні та грильяжні цукерки, нугу, ірис, батончики, вафлі, різні види печива, а також, інші кондитерські вироби (Kondyterskaia fabryka «Zhytomyrski lasoshchi», 2021).

6. Корпорація "Бісквіт-Шоколад" (в склад входить ПрАТ «ХБФ»). Харківське підприємство, існує з 2001 року, включає в себе 2 фабрики. Експортує у Казахстан, Киргизстан, Грузію, Азербайджан, Молдову, Латвію, Литву, Монголію, США, Канаду, Ізраїль, Німеччину. На експорт йде близько 30% усієї виробленої продукції. Карамель, цукерки (глазуровані і неглазуровані), шоколад, зефір, ірис, мармелад - основна продукція фабрики. Корпорація "Бісквіт-Шоколад" була першою серед українських кондитерських компаній, хто взяв участь в міжнародній виставці ISM в 2000 році, де представила не тільки свою продукцію, але і Україну. Системи менеджменту якості та безпеки продуктів харчування на підприємствах корпорації відповідають сучасним міжнародним стандартам ISO 9001, ISO

22000 та FSSC 22000. На підприємствах компанії зайнято понад 2,2 тис. осіб (PrAT «KhBF», 2021).

7. ПАТ «Полтавкондитер» (торгова марка Домінік). Кондитерська фабрика виробляє до 200 тонн продукції в день, експортує в Естонію і Грузію, як і інші країни сильно постраждала від російського ембарго на українські продукти. Виробничі потужності - 2 фабрики, обидві в Полтаві. Бренд «Домінік» випускає близько 50 видів цукерок. З іншого боку, в регіонах продукцію частіше можна знайти на ринках або маленьких магазинчиках.

8. Монделіс Україна. Український підрозділ швейцарського гіганта, до 2014 року називався «Крафт Фудз Україна», належить групі «Mondelēz International», найбільшого в світі виробника шоколаду, шоколадних цукерок і печива. В Україні працює Тростянецька фабрика, на якій виробляють шоколадки і міні-шоколадки «Milka», «Alpen Gold» і «Корона». «Монделіс Україна» позиціонує себе як соціально-відповідальна компанія, яка реалізує

низку соціальних та благодійних ініціатив (Mondelis Ukraine, 2021).

Загалом на українському ринку кондитерських виробів дуже висока конкуренція. Якість продукції тримається на високому рівні. Лідери українського ринку постійно потрапляють в «Топ 100 Candy Companies», головний критерій відбору для рейтингу - річні виручки з продажів. Відмітимо велику втрату ринків збуту в Криму, і на території проведення АТО, а також закриття російського ринку, і перешкоди з транзитом через територію Росії відбилися на стані кондитерської галузі. Roshen втратила в продажах, опустившись в світовому рейтингу на 8 позиції.

З метою вивчення потреб споживачів та їх вподобання, конкурентів, вагомості торгової марки, вплив бренду на поведінку покупців, основні фактори, що впливають на вибір продукції ми провели маркетингове дослідження через GOOGLE FORMS щодо їх вподобань та систематизовано програмою SPSS. Згруповані відповіді наведено в табл. 1.

Таблиця 1

Базові дані проведеного дослідження (частина)

1	Позначка часу	Скільки Вам років?	Ваша стать?	Як часто Ви купуєте кондитерські вироби?	Чи вплив?	Чи зменшилися Ваші витрати?	На що Ви не витратили?	Як часто Ви користуєтеся?	Оцініть від 1 до 5	Серед наведених	Чи користуєтеся?	Що з асортименту прод.	Чи вважаєте?
2	09.05.2021	18-25	Жінка	4 і більше разів на місяць	так	Зменшилися	Бренд/Вид	1-2 рази на тиждень	4	Рошен	так	Цукерки та шоколад	так
3	09.05.2021	18-25	Чоловік	2-3 рази на місяць	так	Незмінні	Ціна	1-2 рази на тиждень	5	Рошен	так	Зефір та мармелад	так
4	07.05.2021	До 18	Чоловік	4 і більше разів на місяць	так	Незмінні	Бренд/Вид	більше 2 разів	4	Рошен	ні	Кекси	так
5	09.05.2021	18-25	Жінка	2-3 рази на місяць	ні	Зменшилися	Доступність	більше 2 разів	4	Рошен	так	Цукерки та шоколад	так
6	07.05.2021	26-35	Чоловік	4 і більше разів на місяць	так	Зменшилися	Акції	1-2 рази на тиждень	5	Рошен	так	Торти	так
7	09.05.2021	36-50	Жінка	4 і більше разів на місяць	так	Незмінні	Ціна	більше 2 разів	3	Світлос	так	Цукерки в коробках	так
8	09.05.2021	18-25	Чоловік	4 і більше разів на місяць	ні	Важко зменшилися	Ціна	не користується даними ф.	5	Рошен	так	Зефір та мармелад	ні
9	09.05.2021	50+	Жінка	2-3 рази на місяць	так	Важко зменшилися	Акції	не користується даними ф.	4	Рошен	так	Кекси	так
10	09.05.2021	18-25	Чоловік	4 і більше разів на місяць	ні	Зменшилися	Бренд/Вид	більше 2 разів	4	ABK	так	Цукерки та шоколад	так
11	09.05.2021	26-35	Жінка	2-3 рази на місяць	так	Важко зменшилися	Ціна	1-2 рази на тиждень	4	Рошен	так	Цукерки та шоколад	ні
12	09.05.2021	До 18	Чоловік	1 раз на місяць	ні	Незмінні	Ціна	1-2 рази на тиждень	4	Світлос	так	Торти	так
13	09.05.2021	36-50	Чоловік	4 і більше разів на місяць	ні	Важко зменшилися	Бренд/Вид	більше 2 разів	5	ABK	так	Кекси	так
14	08.05.2021	18-25	Чоловік	2-3 рази на місяць	так	Зменшилися	Акції	не користується даними ф.	4	Рошен	так	Цукерки та шоколад	так
15	09.05.2021	50+	Жінка	2-3 рази на місяць	так	Важко зменшилися	Ціна	не користується даними ф.	3	Рошен	так	Торти	так
16	05.05.2021	26-35	Чоловік	1 раз на місяць	ні	Незмінні	Акції	більше 2 разів	5	Рошен	ні	Кекси	ні
17	09.05.2021	18-25	Чоловік	2-3 рази на місяць	ні	Незмінні	Бренд/Вид	більше 2 разів	5	Світлос	так	Цукерки та шоколад	ні
18	09.05.2021	До 18	Жінка	2-3 рази на місяць	так	Незмінні	Доступність	1-2 рази на тиждень	5	Рошен	ні	Цукерки в коробках	так
19	09.05.2021	36-50	Жінка	4 і більше разів на місяць	ні	Зменшилися	Акції	більше 2 разів	4	Рошен	ні	Торти	так
20	06.05.2021	26-35	Жінка	власна відповідь	ні	Незмінні	Доступність	не користується даними ф.	3	Рошен	ні	Зефір та мармелад	так
21	09.05.2021	18-25	Чоловік	2-3 рази на місяць	так	Зменшилися	Ціна	1-2 рази на тиждень	4	Рошен	так	Цукерки в коробках	так

Джерело: сформовано авторами

За результатами проведеного дослідження встановлено, що 55% опитаних респондентів чоловіки і тільки 45% - жінки, 40% опитаних вікової категорії – 18-25 років, 20% - 26-

35 років, 10% - становлять респонденти старше 50 років. Серед опитаних 45% купують кондитерські вироби 2-3 рази на тиждень та 40% 4 і більше разів на тиждень (рис. 2).

Рис. 2 Результати опитування респондентів щодо частоти купівлі кондитерських виробів

Джерело: сформовано авторами

Встановлено, що при купівлі кондитерських виробів найбільше респонденти звертають увагу на ціну –

35% опитаних, бренд та акції – 25% (рис. 3).

Рис. 3 Результати опитування респондентів щодо акцентів при купівлі кондитерських виробів

Джерело: сформовано авторами

Нами досліджувалось також чи вплинув COVID 19 на процес купівлі кондитерських виробів та встановлено, що вплинув, але тіки частково, оскільки 40% не змінювали свої витрати на кондитерські вироби, у 35%

опитаних зменшились і тільки у 25% вагомо зменшились (рис. 4). Як бачимо у більшості респондентів зростання витрат на кондитерські вироби не відбулося.

Рис. 4 Результати опитування респондентів щодо зміни витрат на кондитерські вироби

Джерело: сформовано авторами

Доцільно відмітити, що в період пандемії особлива увага споживачів в

межах ринку кондитерських виробів була націлена на доставку продуктів.

Зокрема серед респондентів 40% здійснювали онлайн замовлення більше ніж 2 рази на тиждень, 35% - 1-2 рази на тиждень та 25% зовсім не

користувалися онлайн послугами. Переважно споживачі вважають за необхідне створити онлайн магазини для кондитерських компаній (рис. 5).

Рис. 5. Рівень важливості створення онлайн магазинів для кондитерських компаній

Джерело: сформовано авторами

Серед досліджуваних компаній на ринку кондитерських послуг споживачі найбільшу перевагу торговій марці «Рошен» - 75%. Із всього асортименту споживачі найбільшу перевагу віддають

цукеркам та шоколаду – 30%, торти та кекси – 20%, а зефір та мармелад, а також цукерки в коробках - по 15% (рис. 6).

Рис. 6. Результати дослідження щодо вподобань споживачами продукції ТМ «Рошен»

Джерело: сформовано авторами

Відмітимо, що $\frac{3}{4}$ всіх респондентів використовують сайт для отримання

інформації про продукцію, більшість шукають акційні товари.

ВИСНОВКИ

За результатами проведеного дослідження можемо стверджувати:

1. Більша частина населення України – майже 85% споживає солодощі.

2. Під час COVID-19 купівельна спроможність в галузі кондитерських виробів дещо змінилася, проте витрати споживачів на солодощі не дуже зменшилися. 40% споживачів зовсім не змінили свої витрати, 35% зменшили свої витрати на кондитерські вироби, натомість 25% вагомо зменшили свої витрати.

3. При виборі солодощів, споживачі опираються на відношення ціна-бренд-акції.

4. Дослідження показало, що 25% споживачів зовсім не користуються

онлайн послугами, є такі що зрідка користуються послугами доставки це приблизно 1-2 рази в тиждень та більшість ті, які хто більше 2-ох разів на тиждень користується такими послугами.

5. У рейтингу найпопулярніших компаній за версією споживачів: перше місце посідає торгова марка «Рошен» - 75%, друге «Світоч» - 15%, третє - «АВК» - 10%. Щодо продукції, яким надають перевагу: 30% - цукерки та шоколад, 20% - кекси, 20% - торти, 15% - зефір та мармелад, 15% - цукерки в коробках.

References

Candy Industry (2021). *Global Top 100 Candy Companies*. Retrieved February 03, 2021, from <https://www.candyindustry.com/2021/global-top-100-candy-companies>

Hrupa «Konti». Retrieved January 15, 2021, from <https://konti.ua/our-production>

Kompaniia «AVK». Retrieved January 15, 2021, from <https://www.avk.ua/ua/uk/quality>

Kondyterskaia fabryka «Zhytomyrski lasoshchi». Retrieved February 15, 2021, from <https://www.avk.ua/ua/uk/quality>

Kornikovskiy, D. O. (2014). Analiz ekonomichnykh faktoriv vplyvu na kondytersku promyslovist Ukrainy. *Ekonomika kharchovoi promyslovosti*. 24. c. 47-49.

<http://journals.uran.ua/fie/article/view/36086>

Korporatsiia «Roshen». Retrieved January 12, 2021, from https://roshen.com/?fbclid=iwar1hls1bcuo9tbjk_gbj4ojcjd6ifcwlrnsg5za-tcbs4_atby22qlkbcq

Kryskova, L. (2019) Rynok kondyterskoho vyrobnytstva v Ukraini *Materialy naukovoï konferentsii Ternopilskoho natsionalnoho tekhnichnoho universytetu imeni Ivana Puluiia, Ternopil*. <http://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/li>

b/28194/2/XXI_NK_2019_Kryskova_L-Market_of_confectionary_141-142.pdf

Mondelis Ukraina. Retrieved January 15, 2021, from <https://ua.mondelezinternational.com/about-us/our-team>

Mykolska, N.V. (2017) *Eksport kondyterskykh vyrobiv*. Ministerstvo ekonomiky Ukrainy. <http://www.me.gov.ua/News/Detail?lang=uk-UA&id=84dc93af-d94c-472c-8880-82ab171b4440&title=EksportKonditerskikhVirobivZa7-Misiatsiv2017-ZrisNa16-NataliiaMikolska&isSpecial=true>

Nestle Ukraina. Retrieved January 15, 2021, from <https://www.nestle.ua/aboutus/nestleukraine>

PrAT «KhBF». Retrieved January 09, 2021, from <https://biscuit.com.ua/>

Pro consulting. Analitika rynkiv, finansovyi konsaltnykh. *Analiz rynku shokoladnykh kondyterskykh vyrobiv Ukrainy. 2018*. Retrieved February 13, 2021, from <https://pro-consulting.ua/ua/issledovanie-rynka/analiz-rynka-shokoladnykhkonditerskikh-izdelij-ukrainy-2018-god>

Sokolov, O. (2018) *Ekonomika solodoshchiv: shcho i yak spozhyvaiut ukraintsi*. Minde. <https://mind.ua/openmind/20187556->

ekonomika-solodoshchiv-shcho-i-yak-spozhyvayut-ukrayinci

The specialized site of the Candy Industry world confectionery market: website. Retrieved March 03, 2021, from <http://www.candyindustry.com>

Tiukha, I.V., Kravchuk, N.V. (2012). Suchasni tendentsii rozvytku svitovoho rynku kondyterskykh vyrobiv. *Tsukor Ukrainy. Ekonomika i upravlinnia*, 8(80). http://nbuv.gov.ua/UJRN/Cu_2012_8_7