

Гринько Т.В.

кандидат економічних наук, професор кафедри економіки,
підприємництва та управління підприємствами,
Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара

Лесів І.Г.

магістр,
Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара

Grynko Tetiana, Lesiv Inna

Oles Honchar Dnipro National University

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ КОНДИТЕРСЬКОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ УКРАЇНИ

Наявність великої кількості підприємств та вітчизняної сировини створила потужну кондитерську промисловість в Україні. Кондитерський ринок України стрімко змінюється. За останні роки з'явилися нові лідери ринку. Постійна конкурентна щільність між підприємствами потребує нових поглядів та прийняття рішень в інноваційному розвитку вітчизняних підприємств. У статті досліджено стан та розвиток кондитерського ринку України. Проаналізовано обсяги виробництва, структуру ринку, імпорту та експорту кондитерських продуктів, динаміку індексу кондитерського виробництва, показники розвитку вітчизняних кондитерських підприємств. Визначено особливості та проблеми розвитку кондитерських підприємств України. Запропоновано перспективні напрями інноваційного розвитку для підприємств кондитерської галузі.

Ключові слова: інноваційний розвиток підприємств, особливості розвитку підприємств кондитерського ринку, преферентність виробів, показники розвитку підприємств, напрями інноваційного розвитку.

Постановка проблеми. В Україні ринок кондитерських виробів сформувався досить давно. Наявність у нашій країні сировини, а саме борошна й цукру, послугувала передумовою формування та подальшого розвитку протягом XX – XXI ст. потужної кондитерської промисловості. У 2014–2018 рр. кондитерський ринок України сильно змінився, адже з'явилися нові лідери-виробники, споживачі вже по-іншому ставляться до вибору продукції. Так, у 2018 р. в різних регіонах України функціонувало більше 100 кондитерських підприємств, що обумовило високий рівень конкуренції на ринку [2]. За таких умов виникає необхідність безперервного розвитку підприємства, підвищення якості виробів, постійного оновлення асортименту, що задовольнило би потреби споживачів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням ринку кондитерських виробів України та вирішенню організаційно-економічних завдань розвитку підприємств кондитерської галузі присвячені наукові розробки А.О. Заїнчовського [6, с. 22–26], Н.І. Климаш [7], В.Д. Малигіної [9, с. 39–46], М.П. Сичевського [15], О.Н. Ткаченко [18]. Проблемами управління та підвищенню рівня інноваційного розвитку, інноваційної активності, ефективності інноваційної діяльності підприємств займалися Ю.М. Бажал [1], Т.В. Гринько [3, с. 225–260], С.В. Дубинський [5, с. 21–32], В.П. Клавдієнко [12], В.Є. Момот [11], І.В. Руденко [14, с. 18–22].

Попри такі значні напрацювання вчених, фрагментарно досліджуваними залишаються шляхи розвитку підприємств кондитерської промисловості, що базуються на особливостях впливу факторів на формування інноваційного розвитку харчової промисловості України загалом.

Формулювання цілей статті. Метою статті є визначення основних проблем кондитерських підприємств ринку України та розроблення перспективних напрямів їх інноваційного розвитку.

Виклад основного матеріалу дослідження. Кондитерські вироби не є предметами першої необхідності в Україні. Найчастіше продукцію купують як подарунок, для підняття настрою або швидкого перекусу та поповнення енергії. Це спонукає виробників робити в рекламі емоційний акцент для прийняття рішення про покупку. Також важливим фактором під час вибору кондитерських виробів є виробник, адже перевага з боку українського покупця зазвичай віддається вітчизняному.

Преферентність кондитерських виробів обумовлена такими чинниками:

- ціна (вітчизняні вироби доступніше, ніж імпортні);
- якість (українські компанії пропонують широкую низку продукції високої якості відповідно до вимог міжнародних стандартів системи менеджменту якості ISO 9000 та ISO 9001, а також системи менеджменту безпеки продуктів харчування ISO 22000; компанії

мають розвинену систему контролю якості та безпеки як щодо сировини, так і щодо готової продукції на всіх етапах виробництва, що підтверджується відповідним сертифікатом та маркуванням про проходження добровільної сертифікації продукції);

– “Made in Ukraine”, тобто вироблення тренду в Україні (з 2013 р. українці підтримують імідж місцевих кондитерів).

За оцінками експертів список найвагоміших українських виробників кондитерської продукції складають компанії “Roshen”, «АВК», «БісквітШоколад», «Монделіс Україна», «Грона», «Конті», «КФ Лагода», «Жако» [2]. Незважаючи на зменшення обсягів виробництва, компанії “Roshen”, «АВК», «Конті» входять у топ-100 виробників кондитерської продукції у світі. За рейтингом “Candy Industry 2018” [10] позиції українських підприємств – виробників кондитерської продукції розподілись таким чином:

- “Roshen” – 25 місце (обіг становить \$800 млн.);
- “Konti Group” – 43 місце (обіг становить \$473 млн.);
- «АВК» – 64 місце (обіг становить \$269 млн.).

Незважаючи на те, що більше 95% ринку кондитерської продукції займають вітчизняні товари, продукція з країн-імпортерів також користується постійним попитом серед споживачів, а її кількість також зростає (рис. 1).

Сьогодні на українському ринку представлені іспанські, польські, турецькі, німецькі й голландські, бельгійські, австрійські солодощі тощо. Імпортовані товари мають конкурентоспроможні якість та ціну. У 2016 р. було імпортовано більше 40 тис. т кондитерських виробів, а з листопада 2019 р. по січень 2020 р. частка імпортованих солодощів в Україні збільшилась майже вдвічі завдяки зниженню курсу долара [8].

За статистичними даними у 2017 р. експорт кондитерських виробів зріс на 11% порівняно з 2016 р. [16]. Українські солодощі активно експортуються до Естонії, Казахстану, Білорусії, Молдови, Азербайджану, Грузії, Туркменістану та Латвії. З країн ЄС великим попитом

користується продукція в Литві та Польщі. Збільшується збут продукції Німеччину, Америку, Монголію, а також Ірак та Японію. Раніше (до 2014 р.) продукція поставлялась до Росії, але з політичних причин ринок для українських кондитерів закотився. На російський ринок припадало понад 40% експорту [17]. У 2015 р. Білорусія ввела нові бар’єри (обов’язкова санітарно-гігієнічна експертиза імпоротної продукції, яку проходять усі українські товари).

Вся продукція поділяється на три групи, такі як борошняні, шоколадні та цукристі кондитерські вироби. Отже, до борошняних належать тістечка, пряники, вафлі, бісквіти, печиво, сухарики, торти тощо; до шоколадних – плитки шоколаду, батончики, шоколадні цукерки та інші вироби з додаванням какао; до цукристих – ірис, зефір, карамель, східні солодощі, желеїні цукерки, пастила, сластіки (рис. 2).

За показниками 2018 р. мучна (борошняна) кондитерська продукція в Україні посідає перше місце за рівнем споживання, маючи 10,5 кг на душу населення в рік, шоколад посідає друге місце (6,4 кг), цукриста кондитерська продукція – третє (5,1 кг) [16].

Серед кондитерських виробів найбільшою популярністю серед українців користуються (щодо продажів у грошовому вираженні) мучні, маючи 46%, шоколад та продукти зі вмістом какао (43,0%), а найменшою – цукристі без какао (11%). Мучні та шоколад генерують понад 70% продажів ринку солодощів.

Отже, одними з особливостей українського кондитерського ринку є виробництво та споживання всього спектру кондитерської продукції, але перевагою користуються виготовлення та попит солодощів з борошна.

За даними Державної статистичної служби України [16] експорт борошняних кондитерських виробів останніми роками зменшився у грошовому вираженні, але виріс у кількісному через переорієнтацію виробників кондитерських виробів на бюджетний сегмент.

Категорія «шоколад» стала однією з найбільш промтованих у FMCG (швидко оборотні продовольчі товари народного споживання) завдяки великій кількості виробників і потужній ціновій конкуренції. Як наслідок, 41% продажів шоколаду пройшов через промоакції, що є тимчасовим зниженням ціни.

Асортимент кондитерських виробів, представлених на ринку збуту, становить понад 1 млн. найменувань. За насиченістю ринок кондитерських виробів України практично нічим не відрізняється від ринку європейських країн. Більше 95% ринку займають товари вітчизняних компаній.

Однак рівень споживання кондитерських виробів в Україні значно нижче, ніж у країнах Європейського Союзу. Порівнюючи попит най-

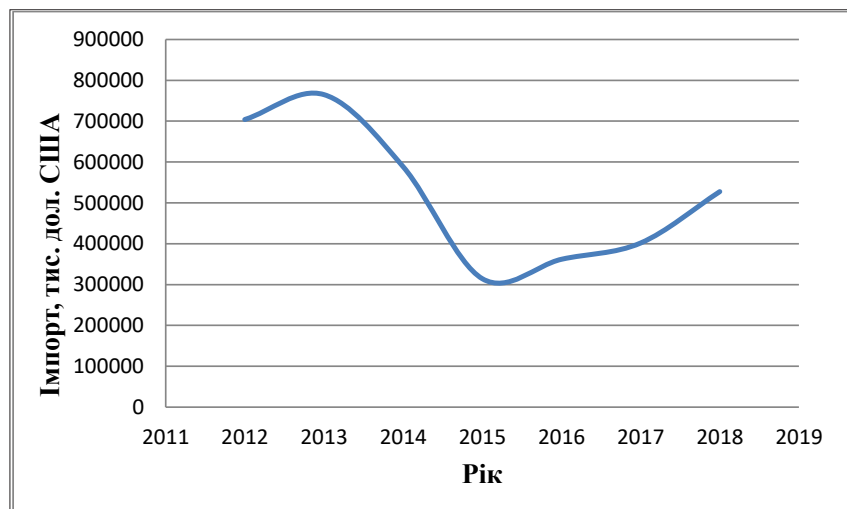


Рис. 1. Динаміка імпорту в Україні за 2012–2018 рр., тис. дол. США

Джерело: складено авторами за джерелом [17]

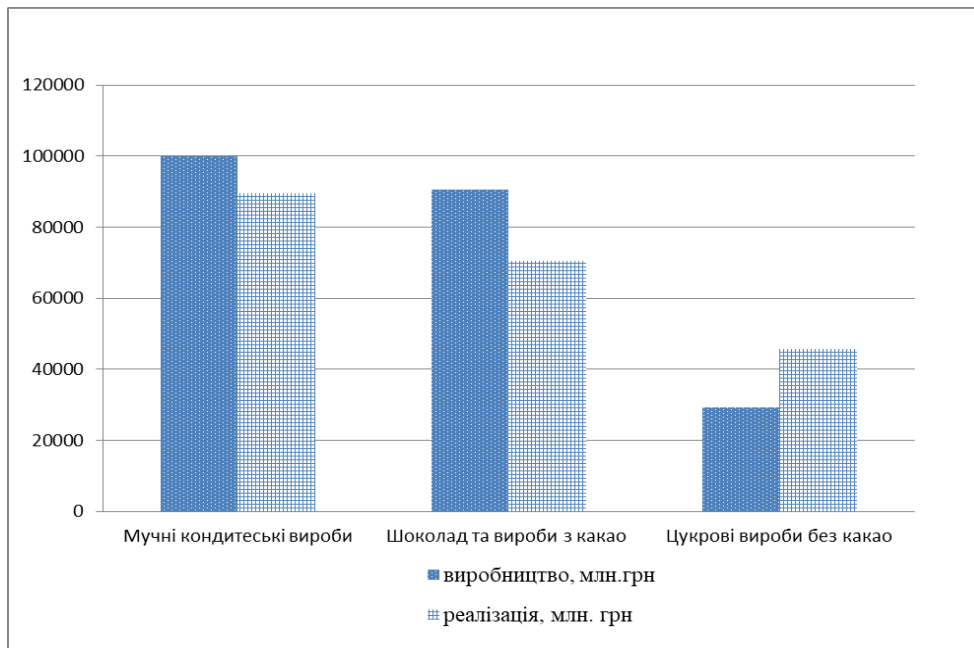


Рис. 2. Динаміка виробництва та реалізації кондитерських виробів в Україні у 2018 р., млн. грн.

Джерело: складено авторами за джерелом [16]

більш популярних борошняних кондитерських виробів в Україні та Нідерландах, зауважимо, що показник в Україні нижче на 18,6%, оскільки в Нідерландах складає 12,9 кг на душу населення на рік. Щодо споживання шоколадних виробів, то в Україні попит у 1,6 разів менше, ніж у Швейцарії, де середньорічне споживання складає 10,5 кг на душу населення. За іншою кондитерською продукцією Україна поступається Швеції на 34,4%, де середньорічне споживання становить 7,8 кг на душу населення [13].

Це обумовлено низьким рівнем доходу порівняно з європейськими країнами. З 2014 р. спостерігалось зменшення доходів населення України. У 2016 р. були мінімальні поліпшення, однак у 2017 р. ситуація не покращилась. Це вплинуло на обсяги виробництва та реалізації кондитерських виробів, але з 2018 р. споживання кондитерських виробів збільшилось на 50,6% порівняно з 2017 р. (рис. 3).

До 2013 р. виробництво українських підприємств складало більше 900 тис. т кондитерських виробів. У 2016 р. був сильний спад обсягів виробництва. За даними статистики Держкомстату у 2017 р. кондитери виготовили менше 700 тис. т. Показник практично в 1,5 рази зменшився. На обсяг виробництва кондитерських виробів вплинула політична ситуація, а саме розташування підприємств. Так, фабрики «АВК» та «Конті» розташовані у східних областях України, а на 2018 р. вже не функціонували. Зазначені підприємства до 2013 р. займали лідируючі позиції у сегменті борошняних виробів (печиво). З 2018 р. лідером цього сегменту став «Roshen». Нестійка політична ситуація позитивно сприяла деяким іншим українським виробникам. Так, компанія «Бісквіт-Шоколад» піднялась

на другу позицію з четвертої з часткою ринку 7,9%; «Житомирські ласощі» стала десятою в рейтингу українських виробників з часткою ринку 2,1%. У 2018 р. українські компанії виробили 772 тис. т кондитерських виробів [16].

Згідно зі статистикою Держкомстату у 2018 р. по категоріях шоколаду, какао й цукрових кондитерських виробів основними лідерами українського ринку стали «Roshen», «Монделіс Україна», «Світоч», «АВК», «Малбі Фудс» і «Конті» [16].

Для візуалізації фізичного обсягу виробництва побудуємо динаміку індексу кондитерського виробництва (рис. 4). У 2014–2016 рр. відбувся спад з відомих нам причин. У 2017–2018 рр. відбувається зростання фізичного обсягу виробництва. Це показує, що, незважаючи на перераховані проблеми, підприємства кондитерського ринку динамічно розвиваються завдяки інноваційному розвитку своїх підприємств. Одні підприємства розвиваються за рахунок зниження ціни на свої продукти. Найчастіше це відбувається через високу концентрацію конкурентів у вибраному сегменті. Інші підприємства (завдяки правильно вибраній стратегії розвитку) займають вільну нішу кондитерського ринку, де найменше конкурентів, за рахунок інвестицій у нові лінії, використання сучасних матеріалів упаковки та впровадження нових технологій [4, с. 94–95].

З огляду на зазначені особливості кондитерського ринку та переваги вибору споживачів можна сформулювати такі аспекти вітчизняних кондитерських підприємств.

1) Особливості розвитку:

– більша частина витрат для придбання сировини;

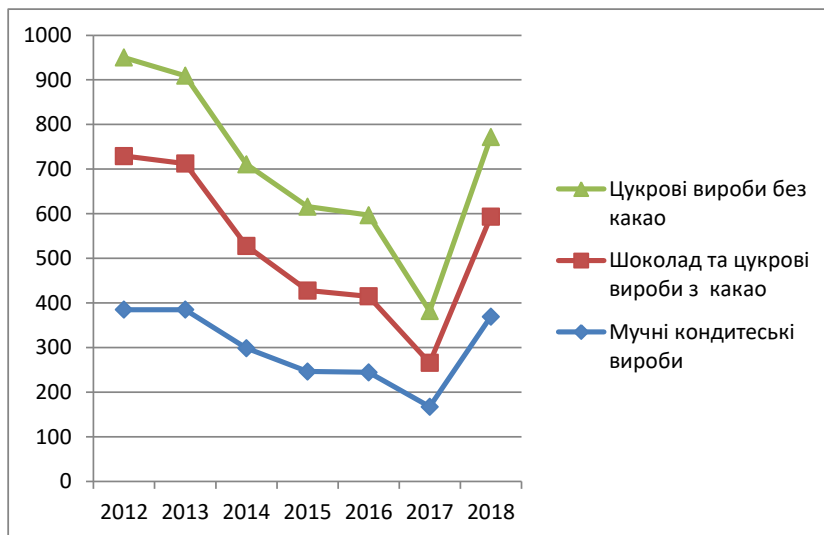


Рис. 3. Обсяги виробництва кондитерських виробів в Україні за 2012–2018 рр., тис. т

Джерело: складено авторами за джерелом [16]



Рис. 4. Динаміка індексу кондитерського ринку України за 2013–2018 рр.

Джерело: складено авторами за джерелом [16]

- залежність від сезону сировини (коливання цін на ринку на цукор, борошно й какао-боби);
- залежність від сезону виробництва (в другій половині року попит на кондитерські вироби зростає);
- схожість більшості кондитерських виробів між собою;
- формування ціни на продукт за ринковими правилами;
- поява багатьох нових виробників, яким відносно легко увійти на ринок збуту та вийти з нього;
- активна життєва позиція (активна участь у виставках і конференціях для пошуку нової сировини, технологій та продуктів);
- швидке реагування та адаптація на зміни законів;
- спрямованість на задоволення споживчого попиту в аспекті асортименту пропонованих послуг;

- готовність ризикувати (запуски стратапів);
- бажання знайти нішу ринку для свого підприємства, відмінну від конкурента.

2) Проблеми розвитку:

- збільшення вартості імпортованої сировини через зростання курсу долара, що спровокувало споживачів перейти на крекери, пряники та вафлі, а виробників – використовувати українські, недорогі аналоги замість якісної імпортованої сировини;
- нестабільна політична ситуація з Росією, що позбавила виробників основного ринку збуту та переорієнтувала на ринки країн далекого зарубіжжя;
- значне скорочення кількості споживання продуктів категорії «преміум»;
- зниження доходу населення;
- падіння обсягів виробництва;
- застаріле зношене обладнання (близько 80%) на підприємствах;
- ріст цін на сировину за незмінної якості, як наслідок, збільшення собівартості продукції, що за низької купівельної спроможності населення стримує зростання продажів;
- значна дебіторська заборгованість підприємств торгівлі за продукцію (відстрочка платежів великих супермаркетів перевищує 90 днів), що приводить до збільшення вкладень фінансових ресурсів в оборотні кошти.

Таким чином, висока конкуренція виробників кондитерських виробів на внутрішньому та зовнішньому ринках змушує підприємства шукати власні шляхи підвищення конкурентоспроможності продукції в рамках основних тенденцій розвитку.

Пропонуються такі напрямки розвитку кондитерських підприємств в Україні:

- вийти за рамки кондитерського виробництва, тобто шукати шляхи диверсифікації, виробляти снекові та інші гастрономічні вироби, що знівелює сезонне питання;
- здійснити технічне переозброєння обладнання підприємств, тобто замінити формуючі та фасуючі вузли ліній, що дасть змогу виробляти нові продукти, відмінні від наявних на ринку збуту;
- збільшити якість виробленого продукту: якщо раніше важливим фактором була низька ціна виробів, то зараз споживачам необхідно дати якісні інгредієнти у складі продуктів;

– працювати зі споживачем через опитувальник, дегустації, промоакції для розуміння переваг і збільшення впізнавання торгової марки або компанії;

– розробити ексклюзивні продукти, наприклад продукти зі зниженим вмістом цукру, зі зниженим вмістом жиру, без глютену, з високим вмістом білка, для дитячого сегменту (багаті на мікро- й макроелементи);

– розробити індивідуальні упаковки з новим дизайном, тобто з елементами мінімалізму, яскравими й контрастними кольорами різної фасованої категорії;

– збільшити продажі за рахунок переорієнтації/розширення меж експорту.

Висновки. Провівши дослідження, можемо відзначити, що ринок кондитерського виробництва в

Україні сильно змінився за останні 5 років. Цьому сприяла низка основних проблем, зокрема зміна політичної ситуації, втрата потужностей основних виробників кондитерського ринку («Конті» й «АВК»); збільшення концентрації конкурентного середовища (за рахунок збільшення імпорту), як наслідок, посилення боротьби за споживача; зниження експорту.

Таким чином, з урахуванням загальних рис та проблем кондитерського ринку, а також особливостей виробників кондитерських виробів в Україні підприємства змушені шукати власні шляхи підвищення конкурентоспроможності продукції в рамках основних тенденцій розвитку.

Список літератури:

1. Бажал Ю.М. Інноваційна Україна 2020 : національна доповідь. Київ : НАН України, 2015. 334 с.
2. Все компанії. *Кондитерка*. URL: <http://www.konditerka.biz/companies> (дата звернення: 09.02.2020).
3. Гринько Т.В. Проблеми та перспективи інноваційного розвитку вітчизняних підприємств сфери послуг. *Академічний огляд*. 2015. № 1. С. 225–260.
4. Гринько Т.В. Сучасні проблеми формування стратегії вдосконалення економічного механізму підприємницької діяльності. *Збірник наукових праць II Міжнародної науково-практичної конференції* : в 4 т. (м. Жовті Води, 18–19 березня 2010 р.). Дніпропетровськ : Біла К.О., 2010. Т. 1. С. 94–95.
5. Дубинський С.В., Щербініна Т.О. Проблеми інноваційного розвитку підприємств та його особливості в Україні. *Європейський вектор економічного розвитку*. 2017. № 1 (22). С. 21–32.
6. Заїнчковський А.О., Сичевський М.П. Стан і перспективи розвитку підприємств харчової переробної промисловості України. *Вісник соціально-економічних досліджень*. 2011. № 2. С. 22–26.
7. Климаш Н.І. Управління ефективністю діяльності підприємств кондитерської промисловості : дис. ... канд. екон. наук : спец. 08.00.04 ; Національний університет харчових технологій. Київ, 2012. 233 с.
8. Макроэкономические исследования 1970–2018. URL: <http://www.be5.biz/makroekonomika/profile/fr.html> (дата звернення: 10.02.2020).
9. Малыгина В.Д., Маркелов С.П. Особенности стратегии диверсификации для предприятий кондитерской промышленности. *Харчова промисловість*. 2010. № 2. С. 39–46.
10. Мировой рейтинг кондитерских компаний “Candy Industry Global Top 100 – 2014”. URL: <https://www.candyindustry.com> (дата звернення: 09.02.2020).
11. Момот В.Е. Соціометричне дослідження процесу реалізації стратегій інноваційного розвитку підприємств. URL: <https://www.ir.duan.edu.ua> (дата звернення: 09.02.2020).
12. Клавдиенко В.П., Осьмова М.Н., Глущенко Г.И. Глобальные вызовы устойчивому развитию мировой экономики. Москва : МГУ имени М.В. Ломоносова, 2015. 120 с.
13. Обзор кондитерского рынка. URL: <http://www.rurik.com.ua> (дата звернення: 09.02.2020).
14. Фінансове забезпечення інноваційної діяльності підприємств України / І.В. Руденко, Н.О. Постольна, О.М. Голованова, Т.М. Приходько, В.П. Золотоверха. *Економічні науки*. 2019. № 58. С. 18–22.
15. Сичевський М.П. Організаційно-економічний механізм розвитку харчової промисловості України (теорія, методологія, практика) : дис. ... докт. екон. наук : спец. 08.07.01. Київ, 2005. 468 с.
16. Статистическая информация / Государственная служба статистики Украины. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 09.02.2020).
17. Статистическая информация / Государственная таможенная служба Украины. URL: <http://www.sfs.gov.ua/ms/f2> (дата звернення: 09.02.2020).
18. Ткаченко О.М. Організаційно-економічні основи підвищення конкурентоспроможності підприємств кондитерської промисловості України : дис. ... канд. екон. наук : спец. 08.00.04 ; Національний університет харчових технологій. Київ, 2007. 189 с.

References:

1. Bajal U.M. (2015) Innovatsiina Ukraina 2020 : natsionalna dopovid [Innovatsiyana Ukraine 2020: national additional]. Kyiv : NAN Ukrainy, p. 334.
2. Vse kompanii. Konditerka [All companies. Confectionery]. Available at: <http://www.konditerka.biz/companies> (accessed: 09.02.2020).
3. Grynko T.V. (2015) Problemi ta perspektivi i'nnovaczi'jnogo rozvitku vi'tchiznyanikh pi'dpriyemstv sferi poslug [Problems and perspectives of innovative development of business services sphere]. *Academic Review*, vol. 1. pp. 225–260.

4. Grynko T.V. (2010) Suchasni' problemi formuvannya strategi'yi vdoskonalennya ekonomii'chnogo mekhani'zmu pi'dpriyemnic'koyi di'yal'nosti'[Modern problems of forming a strategy for improving the economic mechanism of entrepreneurial activity]. Proceedings of the *Second International Scientific and Practical Conference*: in 4 volumes (Ukraine, Zhovti Vody, March 18–19, 2010). (eds. Bila K.O.), Dnipro, vol. 1. pp. 94–95.
5. Dubinsky S.V., Shcherbinina T.O. (2017) Problemi i'nnovaczi'jnogo rozvitku pi'dpriyemstv ta jogo osoblivosti' v Ukrayini' [Problems of innovative development of enterprises and its peculiarities in Ukraine]. Proceedings of the *European Vector of Economic Development*, vol. 1, no. 22, pp. 21–32.
6. Zainchkovsky A.O., Sychevsky M.P. (2011) Stan i' perspektivi rozvitku pi'dpriyemstv kharchovoyi pererobnoyi promislivosti' Ukrayini [State and prospects of development of food processing enterprises of Ukraine]. Proceedings of the *Bulletin of Socio-Economic Research*, vol. 2, pp. 22–26.
7. Klimash N.I. (2012) Upravli'nnya efektyvni'styu di'yal'nosti' pi'dpriyemstv konditers'koyi promislivosti' [Management of efficiency of activity of the enterprises of the confectionery industry] (PhD Thesis) Kiev : National University of Food Technology, p. 233.
8. Makroe'konomicheskie issledovaniya 1970–2018 [Macroeconomic Research 1970–2018]. Available at: <http://www.be5.biz/macro-economics/profile/fr.html> (accessed: 10.02.2020).
9. Malygina V.D., Markelov S.P. (2010) Osobnosti strategii diversifikaczi dlya predpriyatij konditerskoj promy'shlennosti [Features of diversification strategy for confectionery enterprises]. Proceedings of the *Food Industry*, vol. 2, pp. 39–46.
10. Mirovoj rejting konditerskikh kompanij Candy Industry Global Top 100 – 2014 [Confectionery companies world rankings Candy Industry Global Top 100 – 2014]. Available at: <https://www.candyindustry.com> (accessed: 09.02.2020).
11. Momot V.E. Soczi'ometrichne dosli'dzhennya proczesu reali'zaczi'yi strategi'j i'nnovaczi'jnogo rozvitku pi'dpriyemstv [Sociometric study of the process of implementation of innovative enterprise development strategies]. Available at: <https://www.ir.duan.edu.ua> (accessed: 09.02.2020).
12. Klavdienko V.P., Osmova M.N., (2015) Global'ny'e vy'zovy' ustojchivomu razvitiyu mirovoj e'konomiki. [Glushchenko GI Global challenges to sustainable development of the world economy]. Moscow : Moscow State University Lomonosov, pp. 120.
13. Obzor konditerskogo ry'nka [Confectionery Market Overview]. Available at: <http://www.rurik.com.ua> (accessed: 09.02.2020).
14. Rudenko I.V., Postolna N.O., Golovanova O.M., Prikhodko T.M., Zolotoverha V.P. (2019) Fi'nansove zabespechennya i'nnovaczi'jnoyi di'yal'nosti' pi'dpriyemstv Ukrayini [Financial support for innovative activity of Ukrainian enterprises]. *Proceedings of the Economic sciences*, vol. 58, pp. 18–22.
15. Sychevsky M.P. (2005) Organi'zaczi'jno-ekonomi'chnij mekhani'zm rozvitku kharchovoyi promislivosti' Ukrayini (teori'ya, metodologi'ya, praktika) [Organizational and economic mechanism of development of the food industry of Ukraine (theory, methodology, practice)] (PhD Thesis) Kiev : 08.07.01, pp. 468.
16. Statisticheskaya informacziya. Gosudarstvennaya sluzhba statistiki Ukrainy [Statistical information. State Statistics Service of Ukraine]. Available at: <http://www.ukrstat.gov.ua> (accessed: 09.02.2020).
17. Statisticheskaya informacziya. Gosudarstvennaya tamozhennaya sluzhba Ukrainy [Statistical information. State Customs Service of Ukraine]. Available at: <http://www.sfs.gov.ua/ms/f2> (accessed: 09.02.2020).
18. Tkachenko O.M. (2007) Organi'zaczi'jno-ekonomi'chni' osnovi pi'dvishhennya konkurentospromozhnosti' pi'dpriyemstv konditers'koyi promislivosti' Ukrayini [Organizational and economic foundations of increasing the competitiveness of the confectionery industry in Ukraine]. (PhD Thesis) Kiev : 08.00.04, National University of Food Technologies, pp. 189.

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ КОНДИТЕРСКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ УКРАИНЫ

Наличие большого количества предприятий и отечественного сырья создало мощную кондитерскую промышленность в Украине. Кондитерский рынок Украины стремительно меняется. За последние годы появились новые лидеры рынка. Постоянная конкурентная плотность между предприятиями требует новых взглядов и принятия решений в инновационном развитии отечественных предприятий. В статье исследованы состояние и развитие кондитерского рынка Украины. Проанализированы объемы производства, структура рынка, импорт и экспорт кондитерских продуктов, динамика индекса кондитерского производства, показатели развития отечественных кондитерских предприятий. Определены особенности и проблемы развития кондитерских предприятий Украины. Предложены перспективные направления инновационного развития для предприятий кондитерской отрасли.

Ключевые слова: инновационное развитие предприятий, особенности развития предприятий кондитерского рынка, преферентность изделий, показатели развития предприятий, направления инновационного развития.

**PROBLEMS AND PROSPECTS OF DEVELOPMENT
OF CONFECTIONERY INDUSTRY IN UKRAINE**

The article deals with the situation on the Ukrainian confectionery market. The presence of a large number of enterprises and domestic raw materials has created a powerful confectionery industry in Ukraine. Ukraine's confectionery market is changing rapidly. New market leaders have emerged in recent years. Constant competitive density between enterprises requires the need for continuous development of confectionary enterprises, improving the quality of products, constant updating of the assortment, which would satisfy the needs of consumers. Despite considerable achievements of scientists, the ways of development of the enterprises of the confectionery industry based on the peculiarities of influence of factors on the formation of innovative development of the Ukrainian food industry as a whole remain fragmented. That is why its investigation is of current relevance. Confectionery products are not essential in Ukraine. Such products are usually bought as a gift, as a quick snack or as an energy source for human's body. This encourages manufacturers to place an emotional emphasis on advertising to make the purchase decision. Also, an important factor in the choice of a convertible is the manufacturer – the advantage of the Ukrainian buyer is usually given to the domestic production. The preference for confectionery products is due to the following factors: price, quality, trend produced in Ukraine. All products are divided into three groups: flour, chocolate and sugar confectionery. It is researched that the peculiarities of the Ukrainian confectionery market are the production and consumption of the whole range of confectionery products, but the advantage is the production and demand of sweets made from flour. The Ukrainian confectionery market is virtually indistinguishable from the European market in terms of saturation. The production volumes, market structure, import and export of confectionery products, dynamics of confectionery production index and development indicators of domestic enterprises have been analyzed. It has been investigated the general features and problems of the enterprises of the Ukrainian confectionery market. The prospective directions of the innovative development for confectionary enterprises have been offered in the article.

Key words: *innovative development of enterprises, general features of confectionery enterprises, product preference, enterprise development indicators, perspective directions of innovative development.*