

2. Впізнаваність і лояльність споживачів – головні складові бренду, що підтримуються через орієнтацію на високу якість продукції, створюючи міцний зв'язок із споживачами.

3. Імідж бренду – формується через позитивне сприйняття споживачами. Слоган компанії «Задоволений клієнт – це наш клієнт» підкреслює прагнення до задоволення потреб клієнтів та зміцнює репутацію.

4. Маркетингові комунікації – рекламні кампанії, PR-активності, пропагування та стимулювання збуту є важливими інструментами підтримки іміджу бренду та його популяризації. Ці методи сприяють не тільки ПрАТ «Тернопільський молокозавод», але і загалом допомагають галузі розвиватися.

5. Гудвіл – до нього належать ділові зв'язки, досвід персоналу, ефективність виробничих процесів. Разом ці фактори визначають загальну цінність і привабливість бренду на ринку.

Комплексний вплив цих елементів створює стійкий і конкурентоспроможний бренд ТМ «Молокія» як на вітчизняному, так і на міжнародному ринках. Аналіз показує важливу роль брендингу в маркетинговій системі підприємства, адже він допомагає забезпечувати міцний зв'язок з ключовими групами споживачів завдяки відмінностям торгової марки. Концепція брендингу споживчих товарів полягає в просуванні продукції до споживача, що реалізується за допомогою рекламних заходів, акцій у місцях продажу, стимулювання попиту і формування дилерської мережі.

Перелік використаних джерел:

1. Мельник І. В. Бренд, брендинг, торгова марка як ключові терміни реклами. *Наукові записки Інституту журналістики*. 2013. Том 39. С.175 – 179.

УДК 664.14

Артеменко Людмила

кандидат економічних наук, доцент

доцент кафедри економіки та фінансів

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

м. Тернопіль, Україна

Liudmyla Artemenko

PhD (Economics), Docent

Associate Professor of the Economics and Finance Department

Ternopil Ivan Puluj National Technical University

Ternopil, Ukraine

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ КОНДИТЕРСЬКОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ В УМОВАХ НЕВИЗНАЧЕНОСТІ

TRENDS IN THE DEVELOPMENT OF ENTERPRISES OF THE CONFECTIONERY INDUSTRY OF UKRAINE IN CONDITIONS OF UNCERTAINTY

Українська кондитерська галузь є однією з найбільш розвинутих у харчовій індустрії, задовольняє різноманітну палітру смаків, які охоплюють, як шанувальників солодощів, так й дослідників кулінарного мистецтва та традицій. Даний сегмент гнучкий, динамічний та характеризується високим рівнем конкуренції, що обумовлює наявність широкого асортименту продукції, який різниться за рецептурним складом та споживчими властивостями. За рівнем споживання кондитерських виробів держава займає 8-ме місце в світі, що становить 15 кг за рік.

У результаті непередбачуваних форс-мажорних обставин – збройної агресії РФ, протягом першого року війни близько п'ятої частини підприємств галузі були пошкоджені або припинили діяльність [1], водночас деякі економічні суб'єкти релакували бізнес та активно адаптувалися до змінених умов ринку, демонструючи позитивні результати. Нові малі регіональні виробники розширили асортимент та сприяли поглибленню конкурентного середовища. Поряд із цим вагомість галузі засвідчує і той факт, що Україна зберегла свої позиції на глобальному ринку і посіла 13-є місце [2].

На вітчизняному ринку кондитерських виробів наразі працюють близько 850 підприємств. Найпотужнішими серед них у відсотковому вираженні є: «Roshen», «ABK», «Konti», «Світоч», «Mondeliz», «Житомирські ласощі», «Vatsak». Частки найбільших виробників представлені на рис. 1.

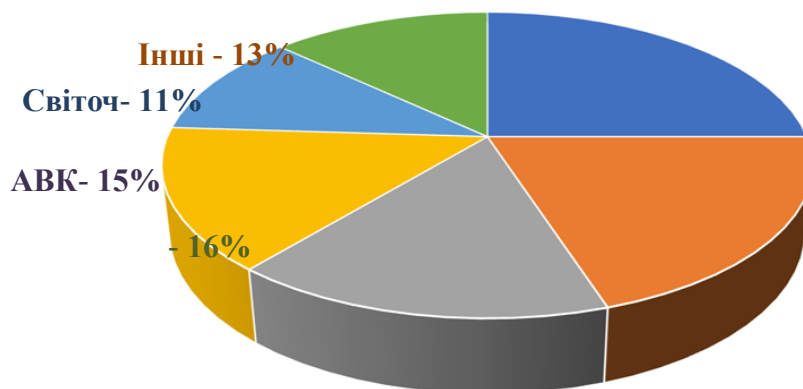


Рис. 1. Частки найбільших підприємств кондитерського ринку України [3]

Відповідно до поданих даних лідером виступає «Roshen», челенджером - «Mondeliz», індекс концентрації найбільших п'яти гравців становить 87%, обсяг їх виручки перевищує 90 % в сукупному виробництві, що свідчить про те, що ринок більше тяжіє до олігополії. Проте, найбільша кількість учасників ринкових відносин в загальній структурі різних видів виробників (біля 90 %) належить середнім, малим та мікропідприємствам [4], які паралельно створюють міксоване середовище.

Кризові ситуації спонукали до зміни трендів на ринку, що відображає мінливість смакових уподобань та створення нових сегментів. Високий рівень внутрішньої конкуренції змушує підприємства постійно шукати нові шляхи підвищення конкурентоспроможності, корисності, якості товарів та оновлення асортименту, спираючись при цьому на останні тенденції розвитку.

На нашу думку, серед ключових сучасних тенденцій та напрямків розвитку, притаманних кондитерській промисловості, можна виділити:

- використання оригінальних інгредієнтів (шоколад з перцем, сіллю; сало в шоколаді; батончики з насінням, горіхами та сухофруктами; акцент на способі виробництва «handmade»), що дозволяє розширити споживчу аудиторію за рахунок охоплення більшого сегменту ринку;
- розвиток нової концепції шоколаду – орієнтація на екологічне виробництво (використання збалансовано підібраних інгредієнтів – без цукру, глютену та консервантів, органічний шоколад);
- диверсифікація товарного асортименту шляхом розвитку перспективної інноваційної діяльності – крафтового виробництва, де використовується локальна сировина, що створює умови розвитку міні-підприємств. Вони спроможні адаптуватися в умовах невизначеності, не потребують значних інвестицій, краще розуміються на кон'юктурі регіонального ринку, підтримують високі стандарти авторської продукції. Важливою умовою функціонування такого сегменту є інформаційна складова. З цією метою в Україні створена онлайн-платформа крафтових продуктів харчування «PrivatCraft».

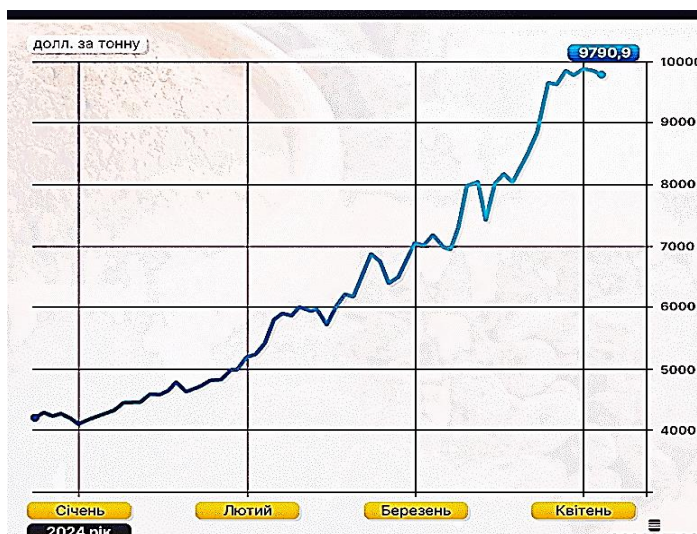


Рис. 2. Динаміка світових цін на какао [5]

В аспекті тенденцій потрібно вказати на зростання витрат, як домінуючого фактора, який чинить негативний вплив на сьогоденну кондитерську промисловість. Оскільки процес виробництва солодощів є матеріаломістким, тому ринок досить чутливий до стану цінової політики цукру та какао бобів. Останні – основна сировина для виробництва шоколаду. Цьогорічне зростання, відповідно до наведених даних (рис.2),

становило: із 2500 до понад 9000 доларів за тону і воно продовжується. Така ситуація обумовлена зменшенням врожайності світових виробників – країн Кот-д’Івуарі та Гани, що позначається на собівартості тих виробів, де питома вага шоколадної складової є достатньо вагомою. Альтернативні варіанти африканській сировині з Бразилії та Екватору не спроможні задовольняти запити усіх підприємців на такий інгредієнт. Збереженню зазначеної позиції посприяють нові підвищені вимоги до якісних характеристик культури в країнах ЄС, де передбачено заборону імпорту із територій, раніше охоплених лісовим покриттям. Відповідно, необхідність у здійсненні моніторингу ланцюгів постачання какао з місць його вирощування, потребуватиме додаткових затрат.

Вітчизняний ринок оперує дієвістю технічного регламенту, яким встановлено мінімальний вміст в шоколадній плитці 35% какао-продуктів. Отже, в найближчій перспективі слід очікувати зростання цін та падіння, як внутрішнього споживання, так і обсягів реалізації продукції галузі, що спровокує переорієнтацію частини покупців на споживання категорій виробів нижчого цінового сегменту.

Аналіз розвитку галузі засвідчив, що не зважаючи на стан невизначеності, вітчизняні кондитерські компанії найбільш затребувані та популярні серед об’єктів господарювання, демонструють відносно низький рівень вразливості. Україна має високий потенціал галузі для перспективної динаміки завдяки активізації власних концепцій розвитку бізнесу та механізму подолання підприємницьких ризиків - орієнтацію на здорове харчування, екологічність, розширення номенклатурного ряду, використання стратегії охоплення вільних ніш ринку. У підсумку, зазначені напрями формують умови для досягнення цілей – задоволення споживчих потреб та підвищення економічної функціональності.

Перелік використаних джерел:

1. Ринок кондитерських виробів: продукція повинна бути і смачною, і достойною Instagram. URL: <https://harch.tech/2023/04/12/rynok-kondyterskyh-vyrobiv-produkcia-povynna-butyi-smachnou-i-dostojmouinstagram/>
2. Потаєва О. Україна посіла 13-е місце серед світових експортерів солодошів *Агромаркет*, 17. 08. 2023. URL: <https://agrotimes.ua/agromarket/ukrayina-posila-13-e-misce-sered-svitovyh-eksporteriv-solodoshiv/>
3. Бочко О.Ю., Балик У.О., Карпій О.П. Дослідження ринку кондитерських виробів: вплив пандемії та війни. *The actual problems of regional economy development*. No. 2(18). P. 264–273. URL: <https://journals.pnu.edu.ua/index.php/aprde/article/view/6124>
4. Дослідження ринку кондитерських виробів в Україні. 2023 рік. URL: <https://pro-consulting.ua/ua/issledovanie-rynka/analiz-rynka-konditerskih-izdelij-v-ukraine-2023-god>
5. Жирій К. Кінець солодкого життя. Ціни на шоколад летять у космос 04.04.2024. URL: <https://www.unian.ua/economics/agro/cini-na-kakao-cini-na-shokolad-letyat-u-kosmos-12593322.html>