

ність виконання робіт у виноградарсько-виноробній сфері діяльності залежить від кваліфікації спеціалістів, підприємницьких та організаторських здібностей керівників підприємств і господарств. Найгостріша потреба в кваліфікованому управлінському персоналі вищої ланки, необхідному для маркетингового просування та позиціонування продукції на світовий ринок.

- Система управління кадровим забезпеченням, адекватна сучасним вимогам і потребам, повинна забезпечити перехід від недостатньо скоординованих і не завжди узгоджених заходів щодо вирішення питань до системного формування високопрофесійного, гнучкого, новаторського кадрово-управлінського потенціалу, здатного задовольняти вимоги сучасного і наступних періодів на засадах новітніх досягнень вітчизняної та світової науки і практики.

- Відсутність системи підготовки кадрів виноградарів і виноробів середньої і вищої ланки управління.

Найважливішими чинниками досягнення мети створення сучасного кадрового потенціалу мають стати:

- ефективне функціонування системи підготовки спеціалістів з управління;

- повна (за кількістю і фаховими критеріями) забезпеченість виробництва спеціалістами з управління;

- уміння спеціалістів з управління працювати за принципом орієнтації на кінцевий результат; виведення в системі управлінських функцій на чільне місце відповідальності; володіння новітніми управлінськими технологіями; поступальна

орієнтація управлінської діяльності на праксеологію (досконале управління);

- відбір керівників і функціональних спеціалістів для використання їх на відповідальніших ділянках виробництва, у тому числі на таких, що вимагають модернізації і змін підприємства чи управлінської структури.

Висновки. Потрібна комплексна модель системи кадрового забезпечення виробництва виноградних вин і окремих виноробних підприємств, адаптована до сучасних змін, що заснована на: спільній діяльності навчальних, науково-дослідних установ, навчальній базі з підготовки і перепідготовки кадрів безпосередньо на виробництві; реалізації довгострокової профорієнтаційної та ступеневої підготовки фахівців за наскрізними навчальними планами та програмами; ефективному використанні навчально-лабораторної, наукової та виробничої бази, соціальної інфраструктури; організації підвищення кваліфікації працівників підприємств; спільному проведенні науково-дослідних робіт, апробації та використанні результатів наукових досліджень, соціальних досліджень; підготовці управлінських кадрів, розробці методичного забезпечення тощо.

Усвідомлення необхідності стратегічного бачення проблем кадрової політики виробництва виноградних вин (виноробного підприємства) як інструменту, обладнаного не тільки технічним та програмним забезпеченням, а й сучасними методиками ефективного управління, дасть змогу істотно підвищити кадровий потенціал підприємств і галузі, що за певних умов призведе до стабілізації та економічної ефективності їх діяльності.

Література

1. Павлова О. С. Актуальні проблеми розвитку виноградарства та виноробства / О. С. Павлова // Економіка харчової промисловості. – 2009. – №4. – С. 35–39.



УДК 664.14.011:338.439.5(447)

МАРТИНОВСЬКИЙ В.С., канд. екон. наук, доцент, СЬОМІНА Ю.О., магістрант
Одеська національна академія харчових технологій

СУЧАСНИЙ СТАН І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ КОНДИТЕРСЬКОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ

У статті розглянуті тенденції на сучасному кондитерському ринку України, визначено проблеми і перспективи його розвитку.

Ключові слова: кондитерська галузь, перспективи, розвиток, сучасний стан

Current trends, problems and development prospects of Ukrainian confectionery market have been explored in the article.

Keywords: confectionery industry, prospects, development current state

Вступ. Кондитерські вироби є групою харчових продуктів широкого асортименту, які споживаються майже усім населенням [1]. Ця галузь має потужний потенціал і є однією з найрозвинутіших в харчовій промисловості України, тому є актуальною

темою для досліджень. Аналізу кондитерського ринку присвячено багато робіт науковців: Волкова В.П., Базилінської О.Я., Крамаренко Г.О., Кузьменко Л.В., Ткаченко О.М., Шелудько В.М., Закревської Л.М., Лагоди Т.В. та інших. Ткаченко О.М. проводила ана-

ліз перспектив після вступу до СОТ [2]. В більшості досліджень мова іде про галузь і проблеми її розвитку до 2010 року, але останнім часом ситуація на кондитерському ринку продовжує зазнавати змін.

Постановка завдання. Мета статті – проаналізувати особливості розвитку кондитерської промисловості в Україні за останні роки, визначити основні проблеми і можливості для подальшого розвитку. Вирішення поставлених у роботі завдань здійснено з використанням методів аналізу.

Результати. На сьогодні виробництво кондитерської продукції є однією з найрозвинутіших галузей харчової промисловості України. Кондитерський ринок є висококонкурентним та насиченим. Більшу частину продукції виробляють та реалізують

5-10 кондитерських компаній. Основними гравцями на українському кондитерському ринку є Кондитерська Корпорація «ROSHEN», Компанія «КОНТІ», Компанія «АВК», Корпорація «Бісквіт-Шоколад», Житомирська кондитерська фабрика «ЖЛ», Компанія «Nestlé», Компанія «CraftFoods», ПАТ «Полтавакондитер», кондитерська фабрика «Лагода» та ЗАТ «Одесакондитер» [3].

В кондитерській галузі на виробництві задіяно близько 170 тис. працюючих. Виробничі потужності галузі завантажені орієнтовно на 70%. Загальний обсяг виробництва становить понад 1 млн. т продукції на рік, що дає змогу не лише повністю забезпечити потреби внутрішнього ринку, а й експортувати її у значних обсягах за кордон.

Таблиця 1

Обсяги виробництва кондитерських виробів (2007-2012 рр.)*

Роки	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Обсяг виробництва	943	969	935	971	948	956
Хлібобулочні, борошняні кондитерські вироби з вмістом, або без вмісту какао, тис.т.	358	373	339	367	374	392
Шоколад та інші продукти готові з вмістом какао, в брикетах, пластинах чи плитках, тис.т.	329	346	330	352	344	349
Вироби кондитерські з цукру, включаючи білий шоколад, без вмісту какао, тис.т.	256	250	266	252	230	215

*Джерело: [4]

Протягом 2012 року виробництво кондитерської продукції в Україні зросло приблизно на 1%, при цьому знизився обсяг вироблених цукрових кондитерських виробів. Частка експорту в обсязі виробництва окремих підприємств становить від 30 до 70%. Щороку Україна близько третини кондитерської продукції направляє за кордон. У структурі експорту 96% припадає на країни колишнього Радянського Союзу: 57% – Росія, 12,5% – Казахстан, 5,5% - 3% Азербайджан, Грузія, Туркменістан, Киргизія, Білорусія, Молдова, Таджикистан, Узбекистан (країни указані у порядку зменшення частки експорту). Найбільшу частку експортерів становлять великі підприємства (їх 15). Серед середніх підприємств лише – 5, а серед малих – лише одне експортує свою продукцію за кордон. У 2012 році порівняно з 2011 р. Україна скоротила експорт кондвиробів. Імпорт кондитерської продукції в Україну за вказаний період скоротився на 46,4% до 44,17 тис. тонн, в грошовому виразі - на 4,8%, до 173,72 млн. доларів [5]. Це означає, що виробники почали переорієнтовуватись на внутрішній ринок через зростання внутрішнього споживання кондитерських виробів та солодоців.

Головною перевагою українських виробників на зовнішньому ринку найчастіше є ціна на вироби. Наприклад, досвідом підтверджується, що українська карамель на російському ринку виграє порівняно з російською за рахунок вартості навіть за введення Росією мита на ввезення цукристих кондитерських

виробів з України. Крім того, перевагами українських виробників є також якість продукції, увага до оновлення асортименту, вивчення попиту на зовнішніх ринках та вдосконалення дизайну. Частка закордонних торгових марок складає 5%. У структурі імпорту найбільшу питому вагу мають вироби з шоколаду, які надходять переважно з Росії.

У структурі споживання (і відповідно виробництва) кондитерської продукції стабільно переважає борошняна продукція, зокрема, печиво та вафлі.

Для споживання кондитерських виробів характерна сезонність – більше споживають восени і взимку, менше – влітку. Також попит на кондитерську продукцію зростає під час новорічних свят і 8 березня. Найбільше виробництво кондитерських виробів припадає на жовтень (у жовтні 2012 р. – цей показник склав 110 тис. т), найменше – на травень-червень (у 2012 р. у червні 72 тис. т), або на 35% менше. Необхідно відмітити, що загальний обсяг споживання кондитерських виробів щорічно зростає. Експерти пояснюють це підвищення зміною культури споживання солодоців. Рівень споживання кондитерських виробів в Україні складає 15 кг на душу населення/рік, при цьому за цим показником Україна є на 8-му місці в світі за споживанням кондвиробів на душу населення. Найбільше користуються попитом шоколадні цукерки та шоколад з різними начинками, а також вафлі і торти. В середньому щороку

один українець споживає майже 2,5 кг шоколадних цукерок.

Кондитерська галузь є матеріаломісткою. Вона є одним із провідних споживачів української сільськогосподарської сировини – цукру, борошна, крохмалопатоки, молока тощо – на яку забезпечує значний попит. Якщо через зростання цін на основну сировину у наступних роках вартість готової продукції кондитерської галузі буде зростати більшими темпами, ніж підвищення доходів населення, то можливе зниження внутрішнього споживання деяких видів кондитерської продукції. Також, через збільшення вартості виробництва таких товарів, як карамель українські виробники можуть втратити і конкурентні переваги на зовнішніх ринках. Однак слід зазначити, що чутливість різних українських виробників кондитерської продукції до перелічених негативних факторів у майбутньому також буде різною.

Також виробники мають чутливість до стану ринку какао-бобів. Вони є імпортною сировиною, таким чином, вітчизняні кондитери є досить чутливими до валютних ризиків. Слід зазначити, що в 2013 році є деяке послаблення позицій українських виробників у шоколадному сегменті. Це пов'язано з тим, що 19 вересня 2013 року Верховна Рада України прийняла Закон «Про внесення змін до Митного тарифу України», згідно з яким Митний тариф перебудовується на основі гармонізованої системи кодування ГС-2012, якою користуються в більшості країн світу, в тому числі в ЄС. При цьому Закон передбачає підвищення з 5% до 10% ставок ввізного мита на ряд товарних позицій, що виступають сировиною для кондитерської галузі (какао-порошок), а також на кондитерське обладнання (печі хлібопекарські та кондитерські). Підвищення вартості сировини та обладнання відповідним чином має відобразитись на вартості продукції. Що стосується ринку цукру, то він характеризується високим ступенем державного регулювання, що негативно позначається на його учасниках.

Важливою проблемою розвитку кондитерської промисловості в Україні є відсутність власних коштів у невеликих підприємств для реконструкції виробництва. Великі компанії не відчувають значної нестачі коштів: вони постійно запроваджують ексклюзивні продуктивні лінії, будують нові фабрики, закуповують

найсучасніше закордонне обладнання. Насамперед, цьому сприяє конкуренція у кондитерській галузі, яка останнім часом стає все більш жорсткою.

Стосовно джерел отриманих інвестицій для покращення матеріально-технічної бази провідні підприємства кондитерської галузі можна поділити на три групи:

- ті, що скористалися іноземними інвестиціями: ВАТ «Крафт Фудз Україна» (м. Тростянець Сумської обл.) та «Львівська кондитерська фабрика «Світоч» (м. Львів);

- за рахунок українських інвесторів: кондитерська компанія «АВК», корпорація «Roshen»;

- за рахунок власних коштів: ЗАТ «Одесакондитер», ЗАТ «Дніпропетровська кондитерська фабрика», ЗАТ «Харківська бісквітна фабрика» та інші [6].

Висновки. Отже, аналізуючи стан ринку кондитерських виробів в Україні, слід зазначити, що в цілому кондитерська галузь України має передумови для успішного розвитку і високої конкурентоспроможності на внутрішньому і зовнішньому ринках. На провідних кондитерських фабриках вже проведено модернізацію, встановлено найсучасніші виробничі лінії, значно підвищено технологічність і науковість підприємств. Якість продукції поряд з помірним державним регулюванням дозволяє виграти конкуренцію на внутрішньому ринку та фактично повністю витіснити конкурентів із інших країн. Частина закордонних торгових марок складає лише 5%. Важливою перевагою українських виробників є ціна на продукцію. Країна забезпечена основною сировиною.

Поруч із загальною перспективністю кондитерської галузі слід зазначити, що досить обмеженими є умови розвитку невеликих та нових підприємств. Більшість невеликих кондитерських підприємств потребують заміни застарілого обладнання та впровадження нових технологій при нестачі власних коштів. Тому виробництво й надалі концентруватиметься в найбільших холдингах. Для невеликих фірм потрібно вирішити фінансові проблеми за рахунок залучення інвестицій. Детальне дослідження можливостей залучення інвестицій українськими кондитерськими компаніями може бути актуальною темою подальших наукових розробок.

Література

1. Волков В. П. Оцінка рівня монополізму в кондитерській галузі України / В. П. Волков, Л. А. Горошкова // Вісник Запорізького національного університету. - 2010. - №4(8) : Теоретичні аспекти економічних процесів в Україні та світі. - С. 181-188.
2. Ткаченко О. М. Перспективи розвитку вітчизняної кондитерської промисловості після вступу України до СОТ / О. М. Ткаченко // Наукове видання Економіст. - 2007. - №3. - С. 20-21.
3. Огляд кондитерського ринку України // Національне рейтингове агентство Рюрик [Електронний ресурс]. - Режим доступу : <http://rurik.com.ua>.
4. Державний комітет статистики України [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
5. Державний департамент «Укркондитер» [Електронний ресурс]. - Режим доступу: ukrkonditer.kiev.ua.
6. Галушко О. С. Тенденції розвитку ринку кондитерських виробів та особливості трансформації у системі цінностей його учасників / О. С. Галушко // Актуальні проблеми економіки. - 2009. - № 1. - С. 15 - 21.

