

2. Illiashenko, S. Yu. (2008). Marketynh innovatsii i innovatsii v marketynhu: monohrafiia [Marketing innovation and innovation in marketing]. Sumy: VTD «Universytetska knyha». (in Ukrainian)
3. Kushnir, S.O. & Rud, L.M. (2017). Investytsiina pryvablyvist ahropromyslovoho kompleksu Ukrainy: suchasnyi stan ta perspektyvy [Investment attractiveness of the agroindustrial complex Ukraine: current state and prospects]. *Zbirnyk naukovykh prats «Problemy systemnoho pidkhodu v ekonomitsi»*, vol. 1, no. 57, pp. 42–46. (in Ukrainian)
4. Makarenko, S.M., Oliinyk, N.M., & Rybachok, S.A. (2019). Udoshkonalennia derzhavnoi investytsiinoi polityky yak osnovy vprovadzhennia innovatsiinykh tekhnolohii na vitchyznianykh pidpriemstvakh [Improvement of state investment policy as the basis of implementation of innovative technologies on domestic enterprises]. *Ekonomichni innovatsii. Zbirnyk naukovykh prats*. Odesa: Instytut problem rynku ta ekonomiko-ekolohichnykh doslidzhen NAN Ukrainy, no. 3(72), pp. 62–70. (in Ukrainian)
5. Oliinyk, N.M., Korchevska, L.O. & Makarenko, S.M. (2017). Otsinka investytsiinoi skladovoi ekonomichnoi bezpeky Khersonskoho rehionu z metoiu zaluchennia mizhnarodnykh proektiv [Evaluation of investment component of the economic security of Kherson region to attract international projects]. *Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu: Ekonomichni nauky*. Khmelnytskyi, vol. 1, no. 244, pp. 130–134. (in Ukrainian)
6. Ofitsiyni kurs hryvni shchodo inozemnykh valiut. Natsionalnyi bank Ukrainy [Official exchange rate of hryvnia against foreign currencies. National Bank of Ukraine]. Retrieved from: <https://bank.gov.ua> (accessed 25 October 2020).
7. Statystyka. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrayiny [Statistics. State Statistics Service of Ukraine]. Retrieved from: <http://www.ukrstat.gov.ua> (accessed 25 October 2020).

E-mail: makar0684@gmail.com

УДК 334.021

DOI: <https://doi.org/10.32782/2415-8801/2020-4.8>

Сатир Л.М.

доктор економічних наук, професор,
завідувач кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності,
Білоцерківський національний аграрний університет

Кепко В.М.

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності,
Білоцерківський національний аграрний університет

Стаднік Л.І.

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності,
Білоцерківський національний аграрний університет

ТОВАРОЗНАВЧА ЕКСПЕРТИЗА ПІД ЧАС ОРГАНІЗАЦІЇ ТОРГІВЛІ БОРОШНЯНИМИ КОНДИТЕРСЬКИМИ ВИРОБАМИ: АНАЛІЗ І ПЕРСПЕКТИВИ

У статті визначено ключові принципи підприємницької діяльності в системі організації торгівлі борошняними кондитерськими виробами на основі реалізації продукції з інноваційним складом, зокрема збагачених фізіологічно функціональними інгредієнтами, дано специфіку формування асортименту кондитерських виробів на основі проведення товарознавчої експертизи. Установлено, що кондитерські вироби становлять групу харчових продуктів широкого асортименту, що значно різняться між собою за ціною, складом і споживчими характеристиками, та указано, що сьогодні торгівля кондитерськими виробами зіштовхується з низкою проблем, які залежать від специфіки даної галузі. Визначено ключові проблеми підприємницької діяльності в системі організації торгівлі кондитерськими виробами. Для аналізу організації торгівлі на основі проведення товарознавчої експертизи кондитерських виробів проаналізовано структуру ринку кондитерських виробів у м. Біла Церква. Резюмовано, що політика організації торгівлі борошняними кондитерськими виробами повинна ґрунтуватися на основі розв'язання ключових проблем підприємницької діяльності у кондитерській галузі, пов'язаних, зокрема, з монополізацією виробництва, складністю процесу формування вартості кондитерської продукції, залежністю від імпортової сировини та ризиками, що пов'язані з реалізацією продукції нетривалого зберігання.

Ключові слова: товарознавство, експертиза виробу, кондитерський виріб, споживач, організація торгівлі, підприємництво.

THE COMMODITY EXPERTISE AT THE TRADE ORGANIZATION FLOUR AND CONFECTIONERY PRODUCTS: ANALYSIS AND PROSPECTS

Satyr Larysa, Kepko Valentyna, Stadnik Leonid
Bila Tserkva National Agrarian University

The confectionery market is a complex market of highly competitive products where the key role plays price-quality correlation. The efficiency of the confectionery market is determined by the growing demand of the population for confectionery products and the competitive potential of producers, which indicates the necessity for innovative development. It is established that confectionery products are a group of food products of a wide range which differ significantly in price, composition and consumptive characteristics. About half of the confectionery market in Ukraine is flour confectionery products (FCP). They make use in stable demand, price affordability, etc. The article examines the key principles of in trade organization in flour confectionery products based on the sale of products with innovative composition, particularly enriched with physiologically functional ingredients. The analysis of the Ukrainian confectionery market structure in Bila Tserkva city has been carried out and the specifics of forming the range of confectionery products on the basis of commodity expertise have been researched. It has been noted that trade organization in confectionery products is facing a range of problems that depends on the specifics of this industry. It should be noted that respondents, along with such traditional consumer properties as organoleptic characteristics, noted the high importance for them of nutritional value and caloric content of products. The cost of FCP was noted as a less significant characteristic. The results of the survey show a fairly high level of literacy of the respondents regarding the composition of FCP and their importance in nutrition. To study the issue about formation the principles of commercial activity realization in the system of trade organization on the basis of commodity research of confectionery products, the structure of the confectionery product market in Bila Tserkva has been analyzed. It is summarized that the trade in flour confectionery products should be based on solving key problems of entrepreneurial activity in the confectionery industry, particularly: monopolization of production, complexity of formation the process of confectionery production value, dependence on imported raw materials and risks associated with the sale of short-term storage products.

Keywords: commodity research, expertise, confectionery product, consumer, trade organization, entrepreneurship.

Постановка проблеми. Ринок кондитерських виробів є складним ринком товарів із високою конкуренцією, де ключову роль відіграє співвідношення ціни й якості. Ефективність ринку кондитерських виробів визначається зростаючим попитом населення на кондитерську продукцію і конкурентним потенціалом виробників, що говорить про необхідність інноваційного розвитку. Актуальною тенденцією в розвитку ринку продуктів харчування є збільшення споживання продуктів, які відіграють важливу роль у фізіологічних процесах організму – фізіологічно функціональних інгредієнтів. До таких інгредієнтів належать вітаміни, мінеральні речовини, харчові волокна, поліненасичені жирні кислоти, повноцінний білок та інші цінні компоненти харчових продуктів.

Кондитерські вироби становлять групу харчових продуктів широкого асортименту, що значно різняться між собою за ціною, складом і споживчими характеристиками. Близько половини ринку кондитерських виробів в Україні становлять борошняні кондитерські вироби (БКВ). Вони користуються стабільним попитом, ціновою доступністю тощо. Борошняні кондитерські вироби роблять істотний внесок до раціону харчування різних вікових груп населення, особливо дітей та молоді. Однак склад БКВ не є збалансованим, оскільки дана продукція має низьку харчову і високу енергетичну цінність (калорійність), містить велику кількість жирів і вуглеводів за незначного вмісту незамінних інгредієнтів, макро- і мікронутрієнтів. Інновації на ринку продуктів харчування орієнтовані на конкретних споживачів. З огляду на доступність і популярність БКВ серед українських споживачів, формування їх асортименту з урахуванням функціональної спрямованості є актуальним напрямом.

Зважаючи на вищевказане, питання ведення підприємницької діяльності в системі організації торгівлі на основі проведення товарознавчої експертизи

борошняних кондитерських виробів набуває особливої актуальності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питаннями вивчення ринку кондитерської продукції, реалізації кондитерських виробів та ведення бізнесу даній сфері займалися багато науковців, теоретиків на практиків. Проводячи аналіз праць, що висвітлені в інформаційному науковому середовищі, можна презентувати такі висловлювання авторів щодо розвитку кондитерської галузі виробів. Наприклад, О.О. Трофименко та М.А. Золотопер зазначають, що «сьогодні сегмент ринку кондитерських виробів динамічно розвивається, характеризується високим рівнем конкуренції, великою кількістю кондитерських компаній із широким асортиментом продукції та високим попитом» [1, с. 165].

«Згідно зі статистикою, 6 кг шоколаду на рік з'їдає житель Західної або Центральної Європи. Аналіз ринку кондитерських виробів в Україні демонструє, що українці споживають шоколад та інші солодощі в кілька разів менше – близько 1,3–1,4 кг. Однак цифри свідчать не про відсутність популярності солодощів в Україні, а про важку економічну ситуацію, оскільки в 2014–2015 рр. відбувся різкий спад доходів населення. Ринок кондитерських виробів України в 2015 р. був на 0,1% менше, ніж у 2016-му. Кондитерські вироби стали однією з основних статей економії витрат. Спад споживання вплинув на обсяги виробництва кондитерських виробів. Мінімальні поліпшення намітилися лише у 2016 р. Аналіз ринку кондитерських виробів 2017 р. демонструє, що перспективи розвитку не сильно обнадіюють, але тим не менше є позитивна динаміка [2]. Зокрема, у 2019 р. прослідковується «збільшення обсягів виробництва цукерок шоколадних (окрім цукерок з умістом алкоголю, шоколаду в брикетах, пластинах чи плитках (+2,2%), карамелі, тофі (ірису) та солодощів аналогічних (+3,3%)» [3]. «Рівень споживання кондитерських виробів в Україні значно нижчий, аніж у

країнах ЄС, що зумовлюється низьким рівнем доходу порівняно з європейськими країнами. Покращення економічної ситуації в країні дасть можливий невеликий ріст ринку за рахунок збільшення платоспроможного попиту» [4, с. 47]. «Аналіз динаміки обсягів реалізації та фінансових результатів найбільших підприємств кондитерської галузі показав, що деякі великі підприємства галузі демонструють значне зростання прибутку в кризові 2014–2016 рр. Це дає підстави стверджувати, що, незважаючи на негативний вплив зовнішнього середовища, підприємства мають потенційні сприятливі перспективи розвитку завдяки ефективному менеджменту та іншим внутрішнім конкурентним перевагам. Також можна зробити припущення щодо високого потенціалу галузі, що підтверджують позитивні результати економічних суб'єктів навіть в умовах значного економічного спаду» [5]. «З 2015 по 2016 р. спостерігалось зростання виробництва, у тому числі виробництва вафель та вафельних облаток на 3%, виробництва шоколаду у брикетах, пластинах чи плитках – на 14%. Порівняно з 2017 р. у 2018 р. зросло виробництво шоколаду у брикетах, пластинах чи плитках на 24%. У цілому починаючи з 2015 р. відбувається поступове зростання майже по всіх видах продукції в секторі кондитерського ринку. Це свідчить про позитивну динаміку та стабілізацію ситуацію в напрямі пошуку та диверсифікації ринків збуту в даній галузі» [1, с. 166]. У 2018 р. найбільша частка у виробництві борошняних кондитерських виробів в Україні припадала на: печиво солодке, не покрите шоколадом або какао-продуктами, – 39,4%; торти, кондитерські вироби та хлібобулочні вироби з додаванням підсолоджувальних речовин – 23%; вафлі та вафельні облатки, не покриті шоколадом або какао-продуктами, – 11,4%; несолодке печиво, не покрите шоколадом або іншими сумішами, що містять какао, – 11,3% [6, с. 32]. «Дослідження кондитерського ринку в Україні свідчать, що найбільшу частку займає продукція вітчизняного виробництва, що становить близько 95% у загальному обсязі. Ринок кондитерських виробів України є висококонцентрованим, на ньому працює близько 750 компаній» [7, с. 20]. «...кондитерський сегмент є матеріаломістким, оскільки основну частину собівартості продукції становлять витрати на матеріали. До них відносяться цукор, борошно, молоко, масло, какао. Тому зростання цін на сировину становить загрозу для підприємств кондитерського сегменту. Окрім того, для шоколадних виробів основним компонентом є какаобоби, які не виробляються в Україні, а імпортуються. На світовому ринку какао-боби є дефіцитним товаром, а з урахуванням девальвації національної валюти для підприємств кондитерської галузі витрати на сировину зросли в декілька разів, що призвело в свою чергу до підвищення цін на кондитерську продукцію, що обумовлює зниження попиту на продукцію. Цей фактор та зниження купівельної спроможності населення в останні роки треба враховувати та шукати напрями підвищення попиту» [8, с. 212].

Як бачимо з проведеного аналізу останніх досліджень і публікацій, ученими активно досліджуються різні питання щодо розвитку кондитерської галузі, вивчаються питання, що формують якість і безпеку функціональних кондитерських виробів, структуру їх асортименту. Але питання стосовно визначення ключових принципів під-

приємницької діяльності в системі організації торгівлі на основі проведення товарознавчої експертизи борошняних кондитерських виробів, на нашу думку, висвітлено недостатньо. Даний факт указує на потребу в додатковому вивченні даного питання та, зокрема, винайдення інноваційних способів його вирішення.

Постановка завдання. Мета статті полягає у дослідженні принципів підприємницької діяльності в системі організації торгівлі борошняними кондитерськими виробами на основі реалізації продукції з інноваційним складом, зокрема збагачених фізіологічно функціональними інгредієнтами.

Зважаючи на мету, основними завданнями дослідження є аналіз структури українського ринку кондитерських виробів та м. Біла Церква; розроблення практичних рекомендацій щодо формування асортименту кондитерських виробів на основі проведення товарознавчої експертизи.

Під час вирішення поставлених завдань було використано загальноприйняті методи досліджень, зокрема систематизації, аналізу та узагальнення, соціологічні, статистичні. Для виявлення переваг споживачів у групі БКВ проведено соціологічне опитування жителів м. Біла Церква із застосуванням вибіркового методу анкетування. Як об'єкти досліджень використовувалися: інформаційні статистичні дані, що характеризують структуру ринку кондитерських виробів; документи, що регламентують вимоги до норм споживання харчових продуктів; Інтернет-ресурси та ін.

Виклад основного матеріалу дослідження. Харчова промисловість України має не лише велике соціальне значення, оскільки вирішує питання забезпечення населення продуктами харчування, а й становить значну частку економічного сектору країни, а тому вимагає комплексного та системного розвитку як на мікро-, так і на макрорівні.

«Одним з головних завдань національної економіки є зростання ВВП країни, яке можливе завдяки збільшенню обсягів виробництва та реалізації продукції в усіх галузях економіки. Водночас однією з інвестиційно привабливих галузей за перспективами та обсягами виробленої та реалізованої продукції є харчова промисловість. Одне з ключових місць у структурі харчової промисловості посідає сегмент ринку кондитерських виробів» [1, с. 165]. Кондитерська сфера нині є тією складовою частиною харчової промисловості, яка потребує динамічного розвитку, оскільки показники попиту на кондитерські вироби безпосередньо формують прибуток галузі.

Кондитерські вироби – солодощі з високою харчовою цінністю, яскравим візуальним оформленням та унікальним ароматом. Основною сировиною для приготування кондитерської продукції є цукор та його заміники. Складниками кондитерських виробів є борошно, молоко, жири, какао, горіхи, харчові барвники. Слід зазначити, що кондитерські вироби можна поділити на такі групи: виробництво хліба та хлібобулочних виробів; виробництво борошняних кондитерських виробів, тортів і тістечок нетривалого зберігання; виробництво сухарів, тортів та тістечок тривалого зберігання; виробництво какао, шоколаду та кондитерських виробів із цукру.

БКВ умовно можна розділити на вироби нетривалого (торти і тістечка) і тривалого (печиво, вафлі,

кекси, рулети, пряники тощо) зберігання. Найбільш велику частку ринку займають БКВ із тривалими термінами придатності, на них припадає близько 60% усього виробництва БКВ у країні. Зазначимо, що БКВ нетривалого зберігання є найбільш реалізованими у період свят (Новий рік, Різдво), а продукція тривалого зберігання реалізується протягом року майже зі сталими показниками.

Аналіз ринку БКВ із тривалими термінами зберігання показав, що вони користувалися стабільним попитом у споживачів протягом останніх років. Ціни на даний вид кондитерських виробів зросли у середньому на 10–15%, тоді як шоколад і кондитерські вироби із цукру подорожчали на 25–40%. Загалом продукція БКВ із тривалими термінами зберігання відрізняється нижчими цінами за одиницю ваги (у середньому 30–40 грн/кг), унаслідок чого збільшилися показники її реалізації та споживання. Виробництво БКВ із нетривалими термінами придатності, навпаки, має тенденцію до зниження.

Згідно з даними Державної служби статистики України, у 2019 р. вітчизняне виробництво кондитерських та хлібобулочних виробів знизилося на 3,9% та 4,5% відповідно, якщо порівнювати з аналогічним періодом 2018 р., коли виробництво шоколадних виробів демонструвало незначну, але все ж таки позитивну динаміку – 0,8%.

Розглядаючи детально кожен сегмент, варто зауважити, що попит на шоколадні вироби має стабільну та зростаючу динаміку. Така ситуація не лише підтримує імпорتنі постачання, а й зменшує залишки уже готової продукції. Українські шоколадні вироби демонструють збільшення (47,3 тис т у 2019 р. проти 46,9 тис т у січні-березні 2018 р.). Причиною такої ситуації є збільшення виробництва цукерок з умістом алкоголю (+8,9% у січні-березні), шоколаду у брикетах, пластинах чи плитках із додаванням зернових культур (+51,9%), шоколаду у брикетах, пластинах чи плитках із начинкою (+10,3%) та шоколаду й аналогічних виробів з умістом какао в брикетах, пластинах чи плитках масою більше 2 кг (24,3%) [9].

Сьогодні комерційна діяльність у системі організації торгівлі кондитерськими виробами зіштовхується з низкою проблем, які залежать від специфіки даної галузі (рис. 1).

Аналізуючи рис. 1, зауважимо, що, по-перше, українська кондитерська галузь, залежить від сировинного чинника, оскільки какао-боби, горіхи тощо постачаються з-за кордону, а тому вартість кондитерської продукції знаходиться у прямій залежності від коливань курсу валют. По-друге, формування ланцюжка вартості кондитерської продукції залежить від багатьох факторів, серед яких: постачання та переробка імпоротної сировини; змішування інгредієнтів; виробництво; упакування; торгівля вже готовою продукцією. Слід зазначити, що на кожному з етапів формування ланцюжка вартості кондитерської продукції можуть виникнути проблеми, як економічні, так і технологічні. Незважаючи на залежність української кондитерської галузі від поставок какао-бобів, горіхів та інших інгредієнтів і на те, що в 2016 р. імпорт какао-бобів скоротився на 36,2%, какао-пасти – на 9,4%, какао-масла – на 11,7%, обсяг виробництва всіх видів шоколаду і шоколадних виробів в Україні не знизився [10].

«Сьогодні підприємства-лідери в сегменті кондитерського ринку сертифіковані відповідно до міжнародної системи менеджменту якості ISO 9000, ISO 22000 та міжнародного стандарту IFS – нового міжнародного стандарту виробництва харчових продуктів, мета якого – допомогти підприємствам харчової галузі в забезпеченні високої якості продукції, що виробляється, і дає можливість продажів продукції в торгівлі мережі країн ЄС» [1, с. 167].

Говорячи про підвищення вимог до якості продукції та її відповідність ДСТУ, можемо сказати, що виробники кондитерських виробів знайшли кілька варіантів розв'язання даної проблеми, зокрема відбулася зміна виробництва кондитерських виробів, що певною мірою вплинуло на якість та

вартість продукції. Разом із тим реалізація даного кроку сприяла:

- 1) збільшенню обсягів випуску шоколадних виробів із меншим умістом какао-продуктів;
- 2) збільшенню обсягів виготовлення шоколадних виробів із різними начинками;
- 3) нарощенню обсягів використання різних добавок;
- 4) активізації використання заміників деяких видів какао-сировини, зокрема пальмової олії.

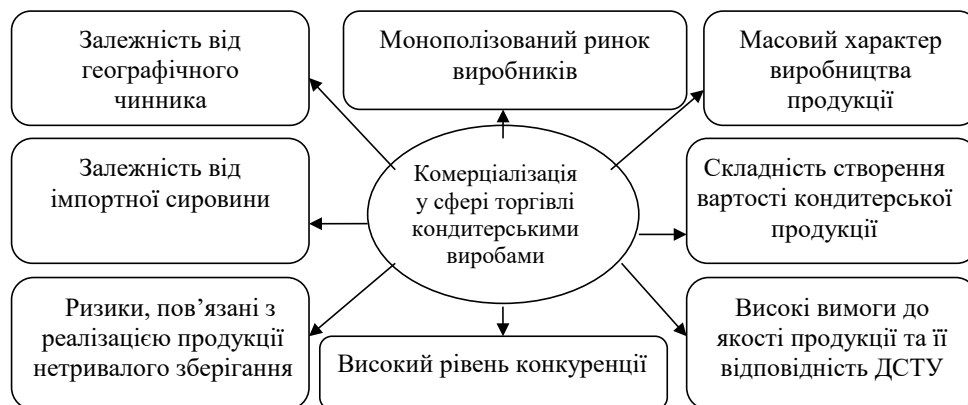


Рис. 1. Ключові проблеми підприємницької діяльності в системі організації торгівлі кондитерськими виробами

Джерело: побудовано авторами на основі проведеного дослідження

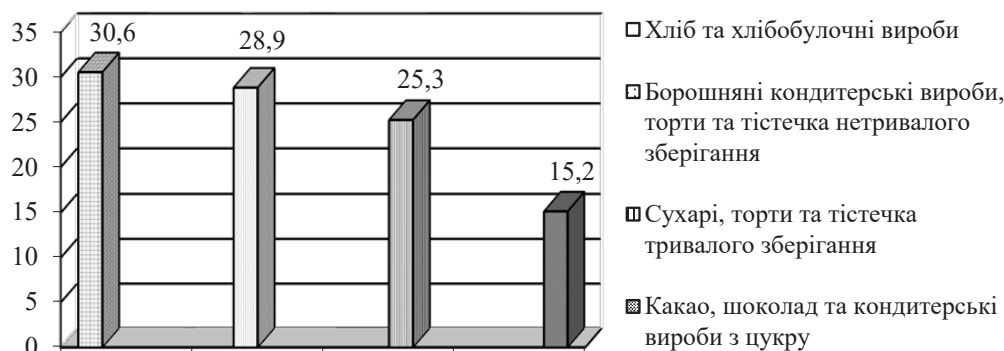


Рис. 2. Презентативна вибірка споживачів борошняних кондитерських виробів у м. Біла Церква у 2019 р.

Джерело: побудовано авторами на основі презентативної вибірки

Для дослідження питання щодо формування принципів реалізації підприємницької діяльності в системі організації торгівлі на основі проведення товарознавчої експертизи кондитерських виробів нами було проаналізовано структуру ринку кондитерських виробів за 2019 р. м. Біла Церква із застосуванням вибіркового методу анкетування. Статистична похибка даних не перевищувала 5% за ймовірності 95%. Результати опитування споживачів м. Біла Церква щодо переваг серед БКВ представлено на рис. 2.

Результати опитування показали, що споживачі борошняних кондитерських виробів найбільшу перевагу віддають хлібу та хлібобулочним виробам (30%), великим попитом користуються торти та тістечка нетривалого зберігання (28,9%) та сухарі, торти та тістечка тривалого зберігання (25,3%). Вироби з какао, шоколаду та цукру за споживчими перевагами знаходяться на останньому місці (15,2%). Для виробів функціонального призначення найважливішими ознаками є харчова та енергетична цінність (калорійність), які безпосередньо залежать від їхнього хімічного складу.

Респондентам було запропоновано оцінити важливість показників харчової та енергетичної цінності (калорійності) у складі кондитерських виробів.

Слід зазначити, що респонденти поряд із такими традиційними споживчими властивостями, як органолептичні характеристики, відзначили високе значення для них харчової цінності і калорійності виробів. При цьому вартість БКВ відзначалася як менш суттєва характеристика. Результати опитування засвідчують досить високий рівень грамотності опитаних респондентів щодо складу БКВ та їх значення в харчуванні.

Аналіз даних опитування споживачів БКВ у м. Біла Церква показав наявність прогнозованого попиту, що підтверджує гіпотезу щодо появи нових потреб, які не можуть бути задоволені вже відомими виробами.

Прогнозований попит може формуватися рекламою, пропагандою, а також досягненнями науково-технічного прогресу, змінами напрямів моди або стилю життя споживачів. Виявлення таких потреб у значній частині споживачів спонукає виробників розробляти новий асортимент виробів, у тому числі функціональної спрямованості, споживчі характеристики і ціна яких відповідали б очікуванням споживачів.

Результати відповідей на питання про те, як часто респонденти споживають БКВ, представлено на рис. 3.

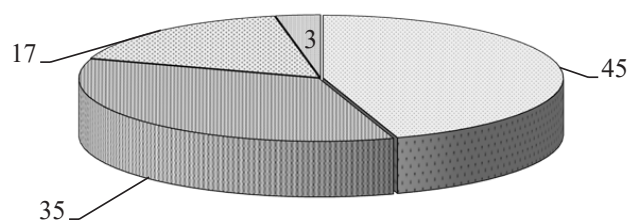


Рис. 3. Презентативна вибірка відповідей споживачів щодо того, як часто споживалися ними борошняні кондитерські вироби у 2019 р.

Джерело: побудовано авторами на основі презентативної вибірки

Кількість респондентів, які купують такі вироби один раз на тиждень, становить 35% і один раз на місяць – 45%, тоді як 17% споживають їх лише іноколи. Кількість респондентів, які купують БКВ кожен день, дуже мала і становить лише 3%. Ці результати повністю співпадають з оцінкою важливості споживчих властивостей БКВ.

Кількість споживачів, які дотримуються принципів здорового харчування й орієнтовані на споживання таких виробів, досить велика (60%), що підтверджує попит на борошняні кондитерські вироби та потребу в їх функціональній спрямованості і зміні товарознавчих характеристик (рис. 4).

Оскільки респонденти відносять енергетичну і харчову цінність до категорії найбільш важливих властивостей, то споживання БКВ ними обмежується внаслідок високої калорійності та малої харчової цінності даних виробів. Це підтверджує необхідність розроблення нових виробів із більш збалансованим складом, у тому числі товарознавчих характеристик функціонального призначення. Такі БКВ є інноваційними виробами, тому ставлення споживача до них має визначальне значення для встановлення співвідношення між попитом і пропозицією та для розроблення ефективної маркетингової політики щодо формування ціни та шляхів реалізації продукції.

Відношення споживачів до товарознавчих характеристик функціонального призначення БКВ представлено на рис. 5. Згідно з рис. 5, найбільша кількість респондентів (63%) позитивно ставиться до таких виробів. Значно менше споживачів ставляться до характеристик

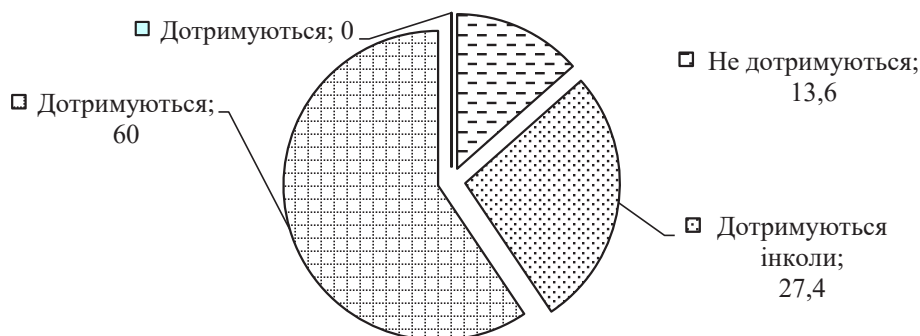


Рис. 4. Кількість респондентів серед споживачів БКВ м. Біла Церква, які дотримуються принципів здорового харчування, 2019 р.

Джерело: побудовано авторами на основі презентативної вибірки

функціонального призначення БКВ байдуже (31%), і лише одиниці – негативно (6%), що зумовлено традиціями в харчуванні або недостатньою поінформованістю щодо впливу такого виду харчування на стан здоров'я.

Одержані результати вказують на необхідність підвищення обізнаності споживачів про роль функціональних інгредієнтів у продукції БКВ. На рис. 6 подано результати відповідей респондентів на запитання: «Чи купуєте Ви борошняні кондитерські вироби, збагачені фізіологічно функціональними інгредієнтами?».

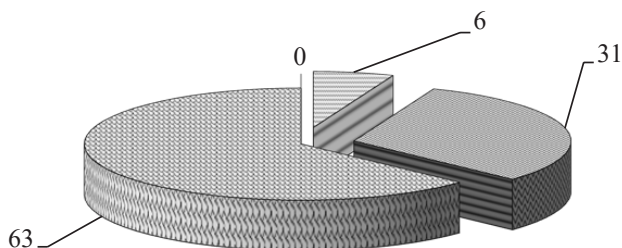


Рис. 5. Презентативна вибірка відношення споживачів борошняних кондитерських виробів до товарознавчих характеристик функціонального призначення, 2019 р.

Джерело: побудовано авторами на основі презентативної вибірки

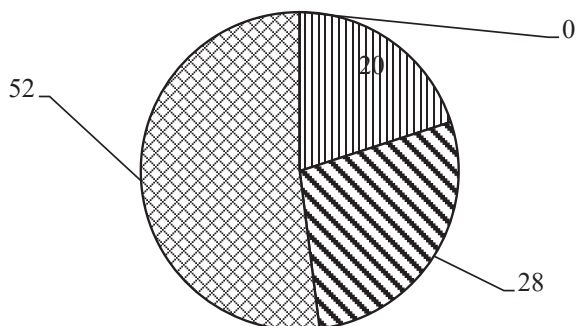


Рис. 6. Результати відповідей респондентів на запитання: «Чи купуєте Ви борошняні кондитерські вироби, збагачені фізіологічно функціональними інгредієнтами?», 2019 р.

Джерело: побудовано авторами на основі презентативної вибірки

На основі аналізу опитування можна сказати, що менше 52% споживачів купують збагачені БКВ, проте 28% – не купують їх узагалі. Указаний факт, імовірно, зумовлений малим асортиментом таких виробів, які не здатні задовольнити всі запити покупців, що говорить про необхідність розширення асортименту функціональних БКВ та інформаційної забезпеченості про їхні споживчі властивості, а також користь і шкоду того чи іншого виробу. Переважна кількість респондентів (78%) під час опитування стверджувала, що купуватимуть БКВ, які збагачені фізіологічно функціональними інгредієнтами, якщо вони коштуватимуть ненабагато дорожче, ніж традиційні кондитерські вироби.

Висновки з проведеного дослідження. Аналіз споживчого ринку борошняних кондитерських виробів свідчить про те, що загалом ринок розвивається, незважаючи на деякі коливання. Обсяги реалізації даного виду продукції залишаються значними, що підтверджує стабільний попит.

Борошняні кондитерські вироби є невід'ємним продуктом харчування середньостатистичного українського споживача та товаром регулярного споживання. Доцільність збагачення борошняних кондитерських виробів фізіологічно функціональними компонентами зумовлена тим, що БКВ в Україні залишаються продуктами масового споживання.

Дані дослідження дали змогу компенсувати дефіцит інформації щодо динаміки та тенденцій розвитку споживчого ринку борошняних кондитерських виробів, обґрунтувати необхідність інноваційних підходів до розширення сировинної бази, розроблення рецептур і технологій функціональних борошняних кондитерських виробів із метою вдосконалення їх асортименту.

На основі проведеного дослідження слід констатувати, що комерційна політика в системі організації торгівлі борошняними кондитерськими виробами повинна ґрунтуватися на основі розв'язання ключових проблем підприємницької діяльності у кондитерській галузі, пов'язаних, зокрема з монополізацією виробництва, складністю процесу формування вартості кондитерської продукції, залежністю від імпортової сировини та ризиками, що пов'язані з реалізацією продукції нетривалого зберігання, та ін.

Список використаних джерел:

1. Трофименко О.О., Золотопер М.А. Економіко-організаційні засади розвитку підприємств кондитерського ринку в Україні. *Сучасні проблеми економіки і підприємництва*, 2019. Вип. 24. С. 165–171.
2. Тоболін О. Аналіз ринку кондитерських виробів України: тенденції. *Koloro*. URL: <https://koloro.ua/ua/blog/brending-i-marketing/analiz-rynka-konditerskikh-izdeliy-ukrainy-tendentsii.html> (дата звернення: 27.08.2020).
3. Смаглюк А.А., Надточій А.О. Аналіз ринку кондитерських виробів України та перспективи його розвитку. *Інтернаука*. 2020. № 2. URL: <https://www.inter-nauka.com/uploads/public/15823961346397.pdf> (дата звернення: 21.10.2020).
4. Демяненко К.А. Тенденції розвитку кондитерського ринку України в сучасних умовах. *Молодий вчений*. 2016. № 9(36). С. 45–50.
5. Басова О.О. Аналіз сучасного стану та перспектив розвитку кондитерської галузі України. *Ефективна економіка*. 2018. № 5. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/5_2018/44.pdf (дата звернення: 21.10.2020).
6. Кільницька О.С., Кравчук Н.І., Куцмус Н.М. Ринок кондитерської продукції в Україні: тенденції та перспективи розвитку. *Економіка АПК*. 2018. № 11. С. 29–43.
7. Корніковський Д.О. Аналіз економічних факторів впливу на кондитерську промисловість України. *Економіка харчової промисловості*. 2014. Вип. 4(24). С. 17–24.
8. Квітчат С.О. Проблеми розвитку підприємств кондитерської галузі України. *Інформаційні технології: наука, техніка, технологія, освіта, здоров'я*. 2017. Вип. 7. С. 212–220.
9. Вітчизняне виробництво шоколадних виробів зростає, а кондитерських та хлібобулочних знижується, 2020. *Ukrainian Food Export Board*. URL: <https://u-food.org/uk/post/vitciznane-virobnictvo-sokoladnih-virobiv-zrostaе-a-konditerskikh-ta-hlibobulocnih-znizuetsa> (дата звернення: 21.10.2020).
10. Обсяг виробництва всіх видів шоколаду і шоколадних виробів у 2016–2020 рр. *Державна служба статистики України*. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 21.10.2020).

References:

1. Trofymenko O.O. and Zolotoper M.A. (2019). Ekonomiko-orhanizatsiini zasady rozvytku pidpriemstv kondyterskoho rynku v Ukraini [Economic and organizational principles of development of confectionery market enterprises in Ukraine]. *Modern problems of economy and business*, vol. 24. pp. 165–171.
2. Tobolin O. (2020). Analiz rynku kondyterskykh vyrobiv Ukrainy: tendentsii [Analysis of the confectionery market of Ukraine: trends]. *Color*. Retrieved from: <https://koloro.ua/ua/blog/brending-i-marketing/analiz-rynka-konditerskikh-izdeliy-ukrainy-tendentsii.html> (accessed 21 October 2020).
3. Smahliuk A.A. and Nadtochii A.O. (2020). Analiz rynku kondyterskykh vyrobiv Ukrainy ta perspektyvy yoho rozvytku [Analysis of the confectionery market of Ukraine and prospects for its development]. *Internauka* (electronic journal), vol. 2. Retrieved from: <https://www.inter-nauka.com/uploads/public/15823961346397.pdf> (accessed 20 October 2020).
4. Demianenko K.A. (2016). Tendentsii rozvytku kondyterskoho rynku Ukrainy v suchasnykh umovakh [Trends in the development of the confectionery market of Ukraine in modern conditions]. *Young Scientist*, vol. 9, no. 3, pp. 45–50.
5. Bassova O.O. (2018). Analiz suchasnoho stanu ta perspektyv rozvytku kondyterskoi haluzi Ukrainy [Analysis of the current state and prospects of development of the confectionery industry of Ukraine]. *Efektivna ekonomika* (electronic journal), vol. 5. Retrieved from: <http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/52018/44.pdf> (accessed 20 October 2020).
6. Kilnitska O.S., Kravchuk N.I. and Kutsmus N.M. (2018). Rynok kondyterskoi produktsii v Ukraini: tendentsii ta perspektyvy rozvytku [Confectionery market in Ukraine: trends and prospects]. *Economics of APK*, vol. 11, pp. 29–43.
7. Kornikovskiy D.O. (2014). Analiz ekonomichnykh faktoriv vplyvu na kondytersku promyslovist Ukrainy [Analysis of economic factors influencing the confectionery industry of Ukraine]. *Economics of the food industry*, vol. 4, no. 24, pp. 17–24.
8. Kvitchata S.O. (2017). Problemy rozvytku pidpriemstv kondyterskoi haluzi Ukrainy [Problems of development of enterprises of the confectionery industry of Ukraine]. *Information technology: science, technology, education, health*, vol. 7, pp. 212–220.
9. Vitcizniane vyrobnytstvo shokoladnykh vyrobiv zrostaie, a kondyterskykh ta khlibobulocnykh znyzhuietsia [Domestic production of chocolate products is growing, and confectionery and bakery is declining], 2020. *Ukrainian Food Export Board*. Retrieved from: <https://u-food.org/uk/post/vitcizna-ne-virobnictvo-sokoladnih-virobiv-zrostaе-a-konditerskikh-ta-hlibobulocnih-znizuetsa> (accessed 20 October 2020).
10. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy (2020). *The volume of production of all types of chocolate and chocolate products in 2016–2020* [Obsiah vyrobnytstva vsikh vydiv shokoladu i shokoladnykh vyrobiv u 2016–2020]. Retrieved from: <http://www.ukrstat.gov.ua> (accessed 20 October 2020).

E-mail: nauka007@ukr.net