

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКА НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ ХАРЧОВИХ
ТЕХНОЛОГІЙ
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ
ПРИКЛАДНОЇ ЕКОНОМІКИ І МЕНЕДЖМЕНТУ
ім. Г. Е. ВЕЙНШТЕЙНА**



ТЕЗИ

**II ВСЕУКРАЇНСЬКОЇ СТУДЕНТСЬКОЇ
НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ
«АКТУАЛЬНІ АСПЕКТИ СОЦІАЛЬНО-
ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ:
ПОГЛЯД МОЛОДІ»**

**2 – 3 КВІТНЯ 2020 р.
м. Одеса**

и рейтинги. URL: <http://knoema.ru>.

2. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2017. URL: <https://www.weforum.org/reports/the-travel-tourism-competitiveness-report-2017>.

3. Біль М.М. Механізм державного управління туристичною галуззю на регіональному рівні: теоретико-прикладний аспект: монографія / за наук. ред. д.е.н. О.П. Крайник. Львів: ЛРІДУ НАДУ, 2011. 228 с.

4. Мальська М. Удосконалення державного регулювання розвитку туризму в Україні з урахуванням міжнародного досвіду // Вісник Львівського університету. Серія міжнародні відносини. 2012. Випуск 29. Частина 2. С. 143-151.

5. Менеджмент туристичної галузі: підручник / О.М. Білоусов, О.Є. Лугінін, О.С. Морозова, Л.В. Соколова. Херсон: Видавничий дім «Гельветика», 2017. 580 с.

ТЕНДЕНЦІЇ РИНКУ ШОКОЛАДУ В УКРАЇНІ

Шульга В.М., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ТЗіЗБ

Волкович Ю.О., студ. СВО «Бакалавр» ТтаТХіПБ

Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса

Попит на шоколад і шоколадні вироби в Україні є стійким на протязі останніх 20 років, хоча в останні п'ять років спостерігається його падіння. За популярністю серед кондитерських виробів шоколад знаходиться на другому місці після борошняних виробів. Однак український ринок шоколаду є нестабільним. В Україні кондитерські вироби не є продуктами першої необхідності, їх дарують на свята, ними пригощають гостей. Солодощі частіше з'являються на столах перед приходом гостей. Найбільший обсяг продажів спостерігають 14 лютого, 8 Березня, новорічні свята. Шоколадну продукцію використовують для “швидких” перекусів, насичення енергією і підвищення настрою. Тому виробники у рекламі акцентують увагу на емоційному прийнятті рішення про покупку. Аналіз показав, що при виборі шоколаду відіграє роль країна виробника, а вітчизняний покупець частіше вибирає українську продукцію, що обумовлене такими чинниками:

- ціною, тому що вітчизняна продукція доступніша, ніж імпортна;
- якістю, тому що українські виробники пропонують продукцію високої якості у великому асортименту;
- тренду «Made in Ukraine», який було впроваджено у 2013 році, і з того часу українці прагнуть підтримати місцевих виробників.

Нами проведено аналіз конкурентоспроможності молочного шоколаду, який виробляють популярні величезні українські виробники, а саме корпорація «ROSHEN» і компанія «Монделіс Україна».

Найбільша кондитерська корпорація «ROSHEN» входить до складу групи «Укрпромінвест» та існує з 1996 року. Фабрики компанії знаходяться в Україні (Київська, Кременчуцька, Вінницькі фабрики), Литві (Клайпедська фабрика), Угорщини (Bonbonetti Choco Kft) і Росії (Липецька кондитерська фабрика). У рейтингу Global Top-100 Candy Companies у 2015 році корпорація «ROSHEN» зайняла 22 місце. Продукція компанії експортується в США, Канаду, Естонію,

Вірменію, Молдову та інші країни. Корпорація виробляє найбільший асортимент молочного шоколаду в Україні [1].

Компанія «Монделіс Україна» є одним з найбільших в світі виробників шоколадної продукції, в тому числі молочного шоколаду, печива, цукерок, снєків і жувальної гумки, яка до 2014 році називалася «Крафт Фудз Україна», займається виробництвом шоколаду відомих ТМ «Корона», «Мілка» та інших солодоців. Бізнес компанії розвивається на ринках Молдови, Білорусі, Вірменії, Грузії, Азербайджану, Казахстану, Узбекистану, Киргизстану, Таджикистану, Туркменістану та Монголії [2].

Наші спостереження і аналіз обсягів продажів [3] довели, що на ринку шоколаду в Україні найбільш популярним серед споживачів вважається саме молочний шоколад, на частку якого припадає 71 % обсягу всіх продажів. 25 % споживачів віддають перевагу гіркому або темному шоколаду. Білий шоколад не користується такою популярністю, що пов'язано з відсутністю в його складі саме какао-бобів, присутніх іншим видам шоколаду. Його частка в обсязі продажів є меншою 4 %. Менше 1 % у загальному обсязі припадає на частку дієтичного шоколаду, який вживають люди з проблемами здоров'я, які підтримують дієту (рис. 1).

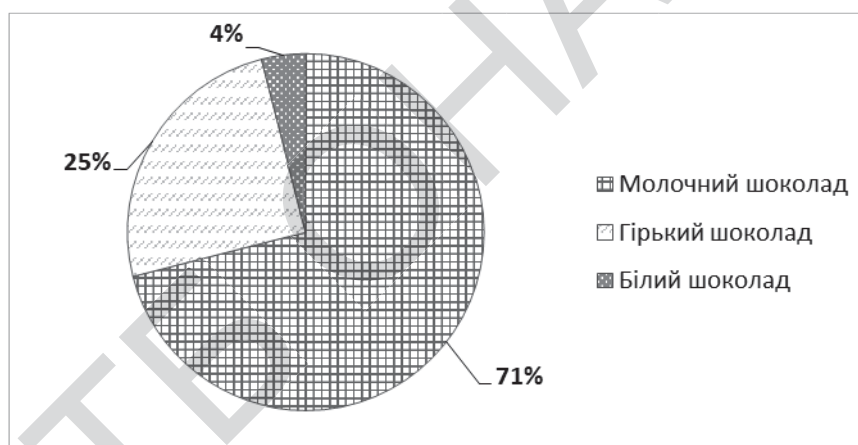


Рис. 1 – Споживання шоколаду за групами, в Україні у 2019 р., % [3]

Нами проаналізовано споживання молочного шоколаду по групах [3]. Так, наприклад, частка найбільш улюбленого і популярного серед споживачів молочного шоколаду без добавок дорівнює 47 % в загальному обсязі продажів молочного шоколаду. Молочний шоколад з горіхами і молочний шоколад з іншими добавками становлять відповідно 36 % та 17 % в загальному обсязі продажів молочного шоколаду (рис. 2).

З 2015 року зростає попит на український шоколад і шоколадну продукцію з боку ринків, які розвиваються. Згодні з аналітичними прогнозами ринків, в яких демонструється, з великою вірогідністю, посилення присутності української шоколадної продукції на азіатському ринку одночасно зі збільшенням світових цін на шоколад. Це пов'язано з тим, що в останнє десятиріччя споживання шоколаду зростає, а урожай какао-бобів знижується. З метою подолання проблеми нестачі сировини у світі провідні виробники

шоколаду розпочали впровадження програм підтримки фермерів, які вирощують дерева какао.

В результаті проведених досліджень нами зроблено висновки, що:

- в Україні спостерігається певний спад попиту на шоколадну продукцію останні п'ять років;
- пік попиту на молочний шоколад в Україні припадає на свята, що значно збільшує обсяги виробництва и прибуток виробників;
- завдяки тренду «Made in Ukraine» українські виробники підвищили свою популярність серед споживачів;

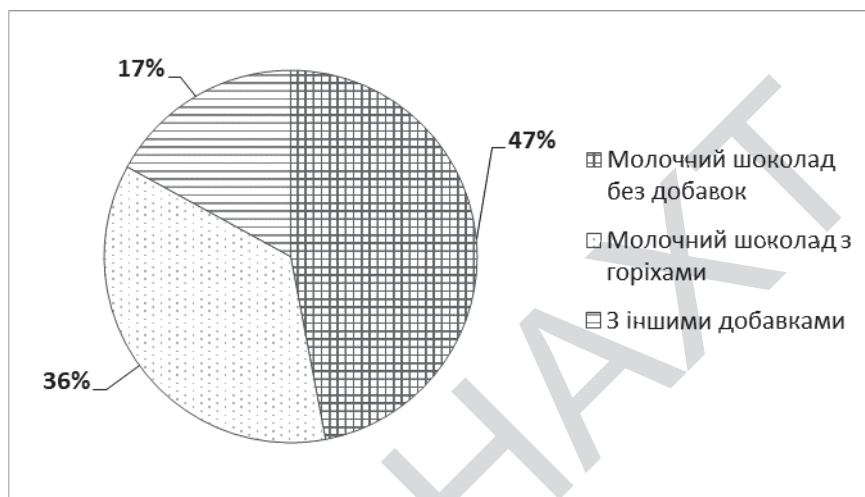


Рис. 2 – Споживання молочного шоколаду за групами в Україні у 2019 р., % [3]

- українські виробники протягом тривалого часу присутні у рейтингу Global Top-100 Candy Companies завдяки якості продукції, що збільшує вірогідність зайняття ніші на світовому ринці шоколаду;
- на українському ринку шоколаду найбільш популярним є молочний шоколад, а серед молочного – шоколад без добавок.

Ринок українського шоколаду є перспективним з точки зору його розширення на зарубіжні ринки.

Керівник: д.е.н., доц. Басюркіна Н.Й.
д.т.н., проф. Верхівкер Я.Г.

Література:

1. Сайт корпорації «ROSHEN». URL : <https://roshen.com/pro-roshen/pro-produktsiyu/shokoladni-plytku-i-batonchuку>. (дата звернення: 15.03.2020).
2. Сайт компанії «Монделіс Україна». URL : <https://ua.mondelezinternational.com/about-us/mondelez-international>. (дата звернення: 15.03.2020).
3. Сайт Державної служби статистики України. URL : <http://www.ukrstat.gov.ua/>. (дата звернення: 16.03.2020).

78. МОТИВАЦІЯ ПЕРСОНАЛУ, ЯК ГОЛОВНИЙ ФАКТОР ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ
Студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ММіЛ, Прунчак М.М.
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса 188
Науковий керівник: к.е.н., доц. Козак К.Б.
79. ОСОБЛИВОСТІ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ МІЖНАРОДНИХ КОМПАНІЙ
Студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ММіЛ, Великсарь Д.С.
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса 190
Науковий керівник: к.е.н., доц. Козак К.Б.
80. ВПЛИВ МОЛОДІЖНОЇ ПОЛІТИКИ НА ФОРМУВАННЯ ЛЮДСЬКОГО ПОТЕНЦІАЛУ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД
Студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ММіЛ, Мироненко Б. В.
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса 192
Науковий керівник: к.е.н., доц. Козак К.Б.
81. КРЕАТИВНІ ПІДХОДИ ПОКРАЩЕННЯ КАДРОВИХ ПРОГРАМ ОРГАНІВ ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ
Студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ММіЛ, Клевець М. В.
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса 193
Науковий керівник: к.е.н., доц. Козак К.Б.
82. МАРКЕТИНГ ТА БРЕНДИНГ ПРЯМИХ ІНОЗЕМНИХ ІНВЕСТИЦІЙ
Сапунов С.В. студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ММіЛ
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса 195
Науковий керівник: д.е.н., проф. Ніколюк О. В.
83. ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ: ФОРМИ ТА МЕХАНІЗМИ УДОСКОНАЛЕННЯ
Лобач Д.В. студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ММіЛ
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса 198
Науковий керівник: к.е.н., доц. Мужайло В.Д.
84. ТЕНДЕНЦІЇ РИНКУ ШОКОЛАДУ В УКРАЇНІ
Шульга В.М., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ТЗіЗБ
Волкович Ю.О., студ. СВО «Бакалавр» ТтаТХПіПБ
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса
Керівник: д.е.н., доц. Басюркіна Н.Й. 200
д.т.н., проф. Верхівкер Я.Г.
85. АНАЛІЗ РИНКУ ОВОЧІВ В УКРАЇНІ
Дія О.К., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ТЗіЗБ
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса 203
Керівник : д.е.н., доц. Басюркіна Н.Й.
86. ІНТЕГРАЦІЯ ВИРОБНИКА І СПОЖИВАЧА У ВИРОБНИЦТВІ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИХ ПОСЛУГ ЯК ТЕНДЕНЦІЯ РОЗВИТКУ СУЧАСНОЇ ЕКОНОМІКИ
Корнійчук Л., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ТЗіЗБ 204
Одеська національна академія харчових технологій