

Дослідження ринку кондитерських виробів України: виклики війни та тенденції розвитку

Мащак Наталія Михайлівна¹, Третьякова Валерія Володимирівна²

Опубліковано	Секція	УДК
30.07.2025	Економіка	339.1:664

DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.17012324>

Анотація. У статті досліджено сучасний стан та тенденції розвитку ринку кондитерських виробів в Україні в умовах повномасштабного вторгнення росії. Проаналізовано ключові виклики, з якими стикається галузь, зокрема перебої з енергопостачанням, логістичні труднощі, зниження купівельної спроможності населення, загроза обстрілів та скорочення експорту. Розкрито зміну споживчих уподобань, зростання тіньового сектору та адаптацію підприємств до нових реалій. Окрема увага приділена аналізу основних гравців ринку та їх конкурентних переваг. У статті окреслено перспективи розвитку галузі, зокрема через інновації, розширення експорту, диверсифікацію асортименту та використання цифрових інструментів.

Ключові слова: кондитерська галузь України, війна, логістика, експорт, споживчі тенденції, ринок солодоців.

Ukrainian confectionery market research: challenges of war and development trends

Annotation. This article presents an in-depth analysis of the confectionery market in Ukraine under the conditions of full-scale military aggression by the Russian Federation. The study identifies the main challenges faced by the industry, such as disruptions in electricity supply, difficulties with logistics and supply chains, reduced consumer purchasing power, currency instability, and the threat of missile strikes that damage production facilities. These challenges are further complicated by restricted access to imported raw materials, particularly during border blockades, which significantly impact the production of chocolate and other confectionery products. The paper outlines changes in consumer behavior and preferences, including a growing demand for affordable products and healthier alternatives. It also emphasizes the increasing influence of the shadow economy, where up to 50–60% of small-scale confectionery producers operate outside legal frameworks. Special attention is paid to the current structure of the market, highlighting key players such as Roshen, AVK, Konti, Nestlé Ukraine, and others, and examining their strategies for survival and growth under wartime conditions. Additionally, the article explores export dynamics and underscores the importance of international markets as a key driver for maintaining profitability in the face of shrinking domestic demand. The study identifies several future growth vectors for the Ukrainian confectionery sector: product diversification, adaptation to healthy eating trends, investment

¹ к.е.н., доцент кафедри маркетингу і логістики, НУ «Львівська політехніка» ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0747-8352>

² студентка НУ «Львівська політехніка», ORCID: <https://orcid.org/0009-0000-0672-0365>

in branding and digital marketing, and the expansion of exports, particularly to EU markets. Despite the ongoing war and economic challenges, the Ukrainian confectionery market retains strong development potential. With state support, innovation, and strategic adaptation to evolving consumer needs, the industry can strengthen its resilience and occupy new niches both domestically and globally.

Keywords: confectionery industry of Ukraine, war, logistics, export, consumer trends, sweets market.

Вступ

Кондитерська галузь традиційно посідає важливе місце в економіці України, забезпечуючи не лише значну частку внутрішнього споживання, а й формуючи експортний потенціал країни. Протягом останніх десятиліть українські виробники солодощів конкурували не лише на національному, а й на міжнародному рівнях, вибудовуючи впізнавані бренди, модернізуючи виробництво та впроваджуючи інновації. Однак із початком повномасштабного вторгнення російської федерації у 2022 році галузь зазнала суттєвих викликів, які вплинули як на виробничу діяльність, так і на логістичні ланцюги, ринки збуту та поведінку споживачів.

Ринок кондитерських виробів в Україні зазнає таких самих проблем, як і інші галузі господарювання в умовах повномасштабної війни. Проте, є і додаткові виклики, притаманні цьому ринку – спершу блекаути, які не дозволяли працювати виробництву на повну потужність, потім через протести польських перевізників було невиконано замовлення у «пікові сезони» свят через ускладнений імпорт сировини, експорт та логістику готової продукції. Не зникає і постійна загроза обстрілів та пошкодження виробничих потужностей, а курсові різниці та загальна купівельна спроможність українців робить кондитерські вироби не надто доступними. Згідно даних, оприлюднених на бізнес-заході «Хлібопекарський бізнес-2023» через повномасштабне російське вторгнення постраждало чи було закрито приблизно 20% підприємств кондитерської галузі України. Обсяги виготовленої продукції зменшились на 10-12%, адаптуючись під внутрішньоринкові скорочення, виїзд великої кількості українців за кордон та загальне зниження їхньої купівельної спроможності [1].

Існує чимало наукових публікацій та досліджень на предмет аналізу ринку кондитерських виробів в Україні, зокрема авторка Чмут А.В. проводила аналіз розвитку підприємств кондитерської галузі в умовах військового стану. У статті аналізуються дані щодо кількості діючих підприємств, їх розміру, рентабельності та обсягів виробництва за аналізовані роки, а також процес їх адаптації до нових умов [2]. Аналіз основних гравців кондитерського ринку в Україні провели автори Бочко О.Ю., Балік У.О. та Карпій О.П., а також дослідили розвиток кондитерської за допомогою Google Trends [3]. Авторка Сорокіна А. М. дослідила тенденції розвитку сучасної кондитерської галузі України та виділила основні переваги гравців вітчизняного ринку [4].

Метою даної статті є дослідити поточний стан ринку кондитерських виробів в Україні, зокрема основні виклики, спричинені повномасштабним вторгненням РФ, з якими зіштовхнулись гравці ринку, а також оцінити тенденції розвитку, які сформувались під впливом сучасних умов функціонування.

Результати

Дані свідчать, що середньостатистичний українець споживає понад 15 кг кондитерських виробів в рік. Понад 50% українців обирають борошняні кондитерські вироби, а понад третину – шоколадні вироби (рис. 1).

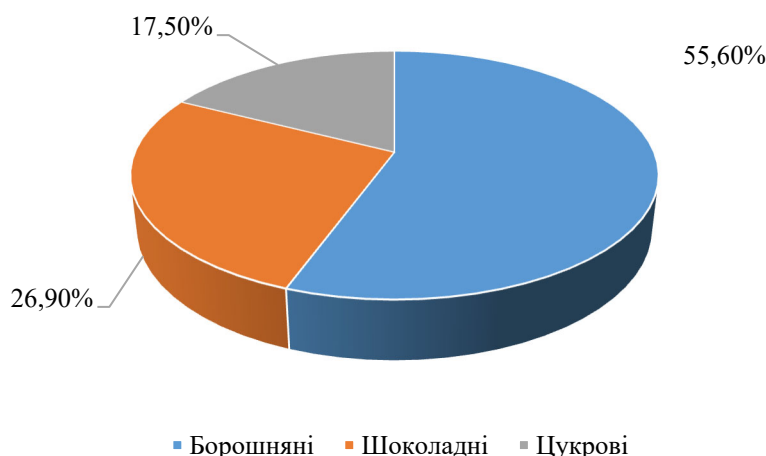


Рис. 1. Структура ринку кондитерських виробів України, 2022р.

Джерело: [5]

Найбільша кількість кондитерських підприємств розташовані у м. Києві. Після столиці, лідирують густонаселені регіони, яких найбільші міста України є обласними центрами: Харківська, Дніпропетровська, Одеська, Львівська. Переважна більшість сировини, яка використовується під час виробництва кондитерських виробів, поступає від інших підприємств-виробників. Виключенням може бути лише борошно, яке часто виготовляють приватні фірми, які мають власні земельні ділянки для вирощування пшениці. Хоча тіньовий сектор української економіки становить приблизно 31%, але частка підприємств кондитерської галузі, які працюють в тіні, оцінюється у межах 50-60%, оскільки чимало українців займається випіканням кондитерських виробів вдома, а легалізація такого бізнесу зробить його безприбутковим [6].

На даний момент ситуація в кондитерській галузі України ще далека від ідеальної, через труднощі в експорті продукції, спричинені блокуванням товарів на кордонах з ЄС. Через обмежений попит в Україні на кондитерські вироби підприємства галузі недоотримали в кінці 2023 року запланованих прибутків (рис. 2).

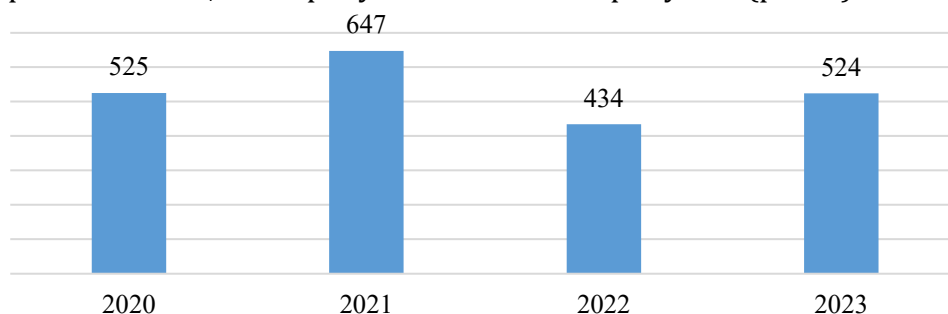


Рис. 2. Динаміка виручки від експорту кондитерських виробів з України, млн. дол. США

Джерело: [1]

Оскільки кондитерська галузь не може компенсувати втрату кількості споживачів всередині країни, то єдиним джерелом додаткових надходжень є експорт кондитерських виробів. Продаж кондитерських виробів за кордон є основним шляхом завантаження робочих потужностей підприємств-виробників та забезпечити їхню рентабельність та досягнути планових економічних показників. Блокада автомобільних

кордонів зі сторони Польщі стала серйозною проблемою для виробників кондитерських виробів, скоротивши їхні експортні можливості та залишивши нереалізовані запаси виробленої продукції в Україні.

Зазвичай імпортерів українських кондитерських виробів повністю влаштовує їхня якість, проте через проблеми з логістикою європейські торгові мережі надають перевагу продукції їхніх турецьких чи польських конкурентів. І хоча, в Україну почало в'їжджати менше іноземних кондитерських виробів, проте протести польських фермерів блокували процеси постачання сировини для українських виробників кондитерських виробів. Найбільше це мало вплив на виробництво шоколаду, оскільки Україна не продукує какао та какао-масло. Це істотно впливає навіть на шоколад із 5%-им вмістом какао-бобів чи какао-масла оскільки затримки вантажівки на кордоні спричинила простоювання цілої лінії з виробництва кондитерських виробів [7].

Основну цільову аудиторію кондитерських виробів в Україні складають жінки будь-якої вікової категорії. Молодь більше надає перевагу кондитерським виробам якими можна швидко перекусити (батончики, вафлі, шоколадки, печиво та ін.). Користуються популярністю серед молоді цукристі продукти, такі як різні види карамелі, горіхи в глазурі, цукерки-драже та ін.

Для сімейного столу традиційно користуються попитом різноманітні борошняні вироби, які популярні і серед людей похилого віку. Це ввійшло в звичку з часів дефіциту інших видів кондитерських виробів. Борошняні вироби переважно належать до середнього цінового діапазону асортименту кондитерської продукції. Їхня вартість напряму залежить від їх виду (печиво, кекси чм пряники) та від складу інгредієнтів.

Класичною практикою серед всіх категорій українського споживача є покупка вагового печива та цукерок. Вирішальними факторами є свіжість та якість продукції. На вибір конкретного вагового виробу впливає смак споживача та співвідношення ціни на вагу та за упаковку. Зазвичай українці лояльні до одного бренду та намагаються купувати продукцію лише улюбленої торгової марки. В передсвятковий період збільшуються обсяги продажу кондитерських виробів в тематичних подарункових упаковках [8].

Здебільшого кондитерські вироби належать до продуктів спонтанного попиту. Шоколад у плитках є прикладом такого виду товару. Відповідно до статистичних даних, житель Західної або Центральної Європи в рік з'їдає 6 кг. Аналіз ринку кондитерських виробів в Україні показує, що українці споживають шоколад та інші кондитерські вироби в декілька разів менше – лише 1,3-1,4 кг. Для стимулювання обсягів продажу виробники кондитерських виробів працюють над дизайном упаковки, запуск реклами та її розміщення в місцях скупчення людей. Згідно опитування споживачів, лідерами ринку в сегменті шоколаду в плитках є ТМ Milka, Roshen та «Світоч» (рис. 3) [9].

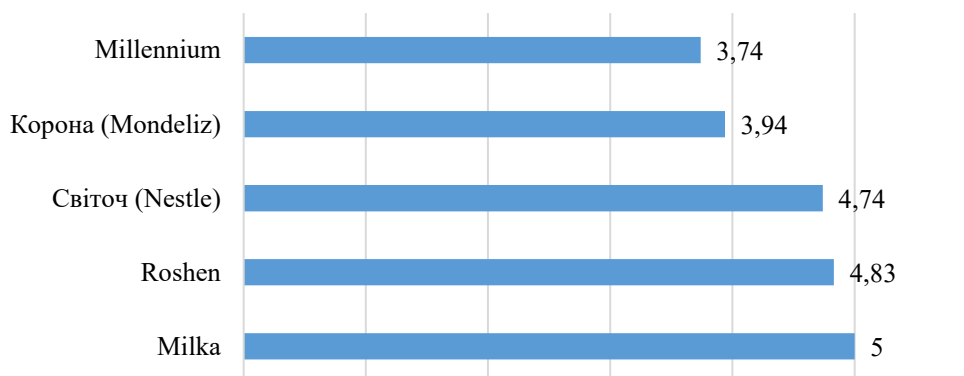


Рис. 3. Рейтинг ТМ виробників шоколаду в плитках в Україні, бали
Джерело: [9]

Серед виробників кондитерських виробів спостерігається гостра внутрішня конкуренція (рис. 4). Виробники в Україні активно змагаються за позицію на місцевому ринку. Це зумовлено скороченням експорту з 2020 року (спричиненим пандемією). За даних умова виробники змагаються за клієнта добре перевіреним методом – зниженням цін на свою продукцію [2].

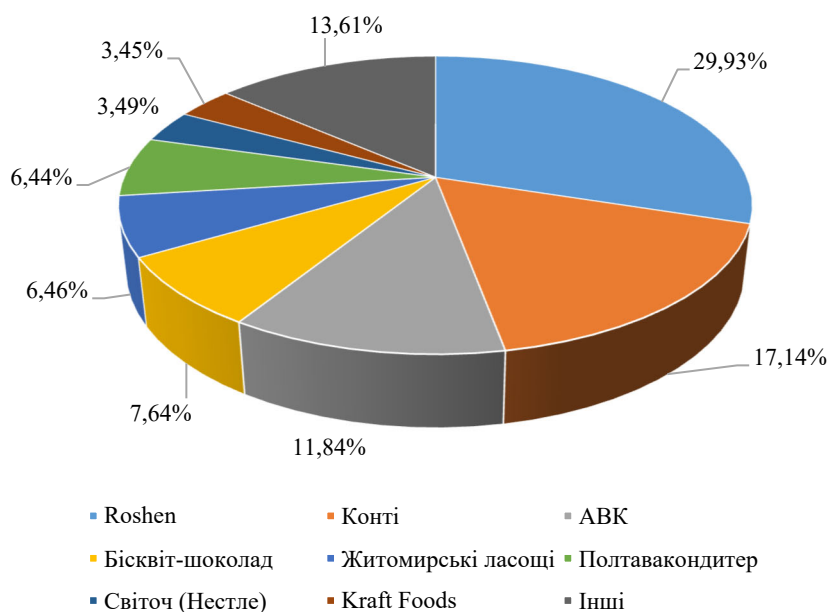


Рис. 4. Розподіл часток між учасниками ринку кондитерських виробів
Джерело: [2]

Основними гравцями ринку кондитерських виробів можна виділити наступних [3]:

1. Корпорація «Roshen» існує на ринку з 1996 року. Абсолютний лідер ринку кондитерських виробів України. Збут продукції реалізовує як на внутрішньому так і на закордонних ринках. Продукція доступна в США, ОАЕ, Китаї, Алжирі, Ізраїлі, Канаді, Японії, країнах ЄС та СНД. «Roshen» регулярно потрапляє в топ-100 кондитерських компаній світу. Український споживач довіряє і надає перевагу цій торговій марці, адже вона асоціюється з якістю та надійністю, постійно зростає мережа фірмових магазинів, а асортимент доповнюється новими позиціями.
2. Кондитерська група «Конті» існує на ринку з 1997 року. Регулярно входить до трійки лідерів ринку кондитерських виробів України. У 2015 році потрапила до рейтингу топ-100 кондитерських компаній світу. Виробничі потужності групи налічують п'ять фабрик (на даний момент 2 з них знаходяться на окупованих територіях). Експорт продукції здійснює переважно в країни СНД.
3. Компанія «АВК» функціонує на ринку з 1991 року. Основна фабрика площею 14639 кв. м. знаходиться в Дніпропетровській області. Експорт продукції здійснюється в понад 20 країн світу, зокрема в Німеччину, країни Балтії, у Великобританію та Ізраїль. У світовому рейтингу топ-100 кондитерських компаній у 2015 році посіла 59 місце. Основний акцент робить на виробництві шоколадних та цукерок праліне, а найпопулярнішою є серія «Труфальє». Компанія зазнала шкоди під час проведення АТО та призупинила роботу фабрик в Донецькій та Луганській областях. Ще одна фабрика розташована в м. Мукачєво Закарпатської області.
4. Корпорація Нестле Україна функціонує на ринку з 1994 року, проте кондитерські виробы - не основний напрям корпорації. У 1998 році викупила фабрику та бренд «Світоч». Також спеціалізується на батончиках, найпопулярнішими з яких є «Nuts», та «KitKat» (в світовому рейтингу посідає третє місце), «Lion» та «Аеро».

5. Кондитерська фабрика «Житомирські ласощі» заснована ще у 1944 році, та регулярно входить до п'ятірки лідерів кондитерської галузі України. Продукція фабрики орієнтована на споживачів із середнім та низьким рівнем доходів, а також має товарні позиції для діабетиків та цукерки на вагу. Віднедавна компанія ввела в асортимент серію продукції «Халяль». Виробничі потужності фабрики близько 80 тис. тон продукції на рік.
6. Харківська фабрика «Бісквіт-Шоколад» існує на ринку з 2001 року, та включає в себе дві фабрики. На експорт продукції припадає 30% усієї виробленої продукції, експортує у країни СНД та країни Балтії, Ізраїль, Німеччину, США та Канаду. Основна продукція фабрики – це карамельні цукерки, шоколад, ірис та мармелад, а також зефір. Також «Бісквіт-Шоколад» виробляє і борошняні кондитерські вироби, такі як вафельні торти, рулети, кекси.
7. Кондитерська фабрика «Полтавкондитер» продукує близько 200 тонн продукції на день, експорт здійснює в Естонію та Грузію. Дві фабрики знаходяться в м. Полтаві. Випускає понад 50 видів цукерок, які можна придбати переважно на ринках або у магазинах біля дому.
8. Mondelez Україна. Українське представництво швейцарської корпорації «Mondelez International», який до 2014 року називався «Крафт Фудз Україна». Це найбільший в світі виробник шоколаду, печива (бренд Milka) та солоних снєків (TUC). Тростянецька шоколадна фабрика, яка належить групі Mondelez найбільше постраждала під час вторгнення РФ.

Згідно проведеного аналізу ринку кондитерських виробів в Україні можна виділити вплив на нього наступних основних факторів [5; 10; 11; 12]:

Цінова структура ринків сировини. Відбувається зростання цін на інгредієнти, потрібні для виробництва кондитерських виробів в Україні, а саме: борошна, какао, цукру, молока, що спричиняє зростання собівартості виробництва солодоців.

Вимоги до рівня якості кондитерської продукції. Для отримання позитивної репутації на внутрішньому ринку країни та організації процесів експорту у висококонкурентних умовах виробникам кондитерських виробів в Україні слід дотримуватись стандартів якості та формування привабливих споживчих параметрів виготовленої продукції.

Популяризація ідей здорового харчування. У суспільстві дедалі популярнішим стає притримання ідей здорового харчування, що спричинило розвиток нових ніш на ринку кондитерських виробів: зменшення додавання цукру та додавання цукрозамінників; органічний шоколад; використання рослинного молока замість коров'ячого; освоєння процесів виробництва інноваційних видів продукції, такого як рубінового шоколаду.

Демографічна ситуація всередині країни. Зменшення чисельності населення України скорочує потенціал до збільшення обсягу ринку кондитерських виробів.

Трендові вподобання споживачів. Для збереження ринкових позицій виробники кондитерської продукції в Україні повинні постійно стежити за настроями споживчої аудиторії та задовольняти трендовий попит, коригуючи власний асортимент продукції відповідно до їх змін.

Можливості для збільшення експорту. Умови війни створили сприятливу ситуацію виходу українських виробників на міжнародні ринки кондитерських виробів країн ЄС. Проте, відповідати всім вимогам європейського законодавства та стандартів якості можуть лише великі компанії, а середній та малий бізнес зосереджений здебільшого на внутрішнього споживача.

Тіньовий сектор галузі. Тіньові гравці ринку кондитерських виробів в Україні формують несправедливу конкурентну перевагу над легальними виробниками через уникнення податків та недотримання вимог і стандартів якості.

Обізнаність та уважність покупців ускладнила гравцям ринку кондитерських виробів в Україні можливість маніпулювати складом виробів, їхньою масою та обсягом упаковки з метою приховати її здорожчання. Схожі дії дедалі частіше почали призводити до погіршення репутації бренду та зниження лояльності споживачів.

Привабливий вигляд. Під впливом трендів та чинників середовища, на вибір споживачем певного бренду продукції впливає не лише ціна та якість, а й її зовнішній вигляд, особливо це стосується споживачів покоління Z, оскільки вони обирають не лише смачну продукцію, а й ту, яка є достойною для розміщення в Instagram.

Позначка «Зроблено в Україні» є досить популярною не лише в Україні, а й за її межами, оскільки українці хочуть підтримати вітчизняного виробника.

Галузь кондитерських виробів України має потужний потенціал для стрімкого розвитку. Впровадження інновацій, розширення ринків для експорту ринків, переорієнтації на більш корисне та здорове харчування, орієнтація на екологічність, інвестиції у людський розвиток та ресурси напрями, завдяки яким українські кондитерські компанії можуть зміцнити свої ринкові позиції та зайняти нові ніші.

Висновки

Ринок кондитерських виробів України в умовах повномасштабної війни опинився перед низкою серйозних викликів, які охоплюють виробничу, логістичну, економічну та споживчу сфери. Попри втрати частини виробничих потужностей, порушення імпортно-експортних операцій, зниження купівельної спроможності населення та нестабільність валютного курсу, галузь продовжує функціонувати та адаптуватися до нових реалій.

Аналіз показав, що основним чинником стабільності та розвитку є гнучкість підприємств, їх здатність оперативно реагувати на зміни ринкового середовища, диверсифікувати асортимент продукції та оптимізувати виробничі процеси. Значну роль у підтримці галузі відіграє орієнтація на експорт, оскільки внутрішній ринок обмежений як через демографічні зміни, так і через економічні труднощі.

Перспективи розвитку ринку кондитерських виробів в Україні залишаються досить сприятливими, попри виклики, пов'язані з війною, економічною нестабільністю та змінами споживчих звичок. Попит на кондитерські вироби в Україні залишається стабільним, хоча спостерігається переорієнтація з преміум-сегменту на більш доступні продукти, а війна спонукала бізнес до диверсифікації логістики, зокрема через західні кордони. Ключовими факторами успіху для вітчизняних виробників кондитерських виробів будуть наступні:

- диверсифікація асортименту, додаючи продукти для різних категорій споживачів, зокрема продуктів без цукру, веганських, органічних, з корисними інгредієнтами;
- інвестиції в бренд – якісна історія, дизайн і маркетинг більше привертають увагу прискіпливого споживача;
- орієнтація на експорт – особливо в ЄС, де споживання солодощів на душу населення значно вища;
- використання діджитал-інструментів – прямі продажі, реклама, маркетинг через TikTok, Instagram, YouTube.

Загалом, кондитерська галузь України має значний потенціал для подальшого розвитку за умови стратегічної адаптації до викликів війни, активного впровадження інновацій та розширення присутності на міжнародних ринках. Подальше зростання можливе завдяки підтримці малого та середнього бізнесу, зниженню тінізації ринку та формуванню сприятливого інвестиційного клімату.

Перспективи подальших досліджень полягають у глибшому вивченні ефективності державної підтримки галузі, механізмів адаптації підприємств до умов форс-мажору, трансформації споживчих вподобань під впливом війни, а також в аналізі потенціалу інновацій у виробництві здорових та функціональних кондитерських виробів. Окрема

увага має бути приділена вивченню ролі цифрових технологій у маркетингових стратегіях виробників та дослідженню можливостей розширення експорту в умовах нової торговельної географії.

Список використаних джерел

1. Козаченко О. Проблеми з імпортом, внутрішнім попитом та декомунізацією. Що відбувається на українському ринку кондитерських виробів? URL: https://delo.ua/agro/problemi-z-importom-vnutrisnim-popitom-ta-dekomunizacijeyu-shho-vidbuvajetsya-na-ukrayinskomu-rinku-konditerskix-virobiv-427683/#google_vignette
2. Чмут А.В. Аналіз розвитку кондитерської галузі України в умовах військового стану. *Вісник ХДУ. Серія Економічні науки*. 2024. Вип. 51. URL: <https://ejournal.kspu.edu/index.php/ej/article/view/842>
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*. 2022. No.2(18). Р. 264–273. URL: <https://journals.pnu.edu.ua/index.php/aprde/article/view/6124>
4. Сорокіна А.М. Тенденції розвитку сучасної кондитерської галузі України. *Проблеми сучасних трансформацій*. 2023. Вип. 7. URL: <https://reicst.com.ua/pmt/article/view/2023-7-04-15>
5. Ринок кондитерських виробів в Україні: солодощі на будь-який смак. URL: <https://pro-consulting.ua/ua/pressroom/rynok-konditerskih-izdelij-v-ukraine-sladosti-na-lyuboj-vkus>
6. Аналіз ринку кондитерських виробів в Україні. 2021 рік. URL: <https://pro-consulting.ua/ua/issledovanie-rynka/analiz-rynka-konditerskih-izdelij-v-ukraine-2021-god>
7. Загричанська А.В., Голюк В.Я. Аналіз сучасного кондитерського ринку України. *Актуальні проблеми економіки та управління*. 2021. Вип. 15. URL: <http://ape.fmm.kpi.ua/article/view/226703>
8. Дрокіна Н.І., Недопако Н.М., Новосьолова С.А. Аналіз цільової аудиторії ринку кондитерських виробів. *«Економіка. Менеджмент. Бізнес»*. 2022. №3-4(40). С. 17-23. DOI: 10.31673/2415-8089.2022.031722
9. Елементи солодкого життя: особливості українського ринку кондитерських виробів. URL: <https://pro-consulting.ua/ua/pressroom/elementy-sladkoj-zhizni-osobennosti-ukrainskogo-rynka-konditerskih-izdelij>
10. Мащак Н.М. Зміна споживчої поведінки в умовах нової реальності. *Сучасний маркетинг: тренди, інновації, інструменти: колективна монографія*. Київ, 2021. С. 287-297.
11. Ринок кондитерських виробів: продукція повинна бути і смачною, і достойною Instagram. URL: <https://harch.tech/2023/04/12/rynok-kondyterskyh-vyrobiv-produkcia-povynna-buty-i-smachnou-i-dostojmou-instagram/>
12. Смаглюк А.А., Надточій А.О. Аналіз ринку кондитерських виробів України та перспективи його розвитку. *Інтернаука*. 2020. №2. URL: <https://www.internauka.com/uploads/public/15823961346397.pdf>