

УДК 637.5.037

*Олійник Н. М.,*

*ORCID ID: 0000-0002-1019-5708,*

*к.т.н., доц., доцент кафедри економіки, підприємництва та економічної безпеки, Херсонський національний технічний університет, м. Херсон*

*Тарасюк А. В.,*

*ORCID ID: 0000-0001-7765-502X,*

*к.е.н., доц., доцент кафедри економіки, підприємництва та економічної безпеки, Херсонський національний технічний університет, м. Херсон*

*Макаренко С. М.,*

*ORCID ID: 0000-0001-9929-8967,*

*к.е.н., доцент кафедри менеджменту і адміністрування, Херсонський державний університет, м. Херсон*

*Котик О. А.,*

*магістр, Херсонський національний технічний університет, м. Херсон*

## **ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РИНКУ ЗАМОРОЖЕНИХ НАПІВФАБРИКАТІВ**

***Анотація.** У статті розглянуто стан виробництва та реалізації заморожених напівфабрикатів в Україні. Під час проведення аналізу розглянуто структуру, асортимент продукції, динаміку обсягів виробництва та реалізації, основних лідерів ринку. Встановлено, що ринок заморожених продуктів в Україні має досить великий потенціал. Однак тут присутні і проблеми, які гальмують розвиток всієї галузі. В першу чергу до них варто віднести технологічні складнощі, сезонність попиту, необхідність організації “холодної логістики”, слабкий контроль якості сировини, тривалість окупності інвестицій. Останнім часом розвиток ринку заморожених напівфабрикатів не можна назвати активним. Встановлено, що головне завдання українського ринку заморожених напівфабрикатів – втримати досягнуті обсяги виробництва. Прогнозується подальша концентрація виробництва, вихід з ринку заморожених напівфабрикатів малих виробників, поява закордонних операторів.*

**Ключові слова:** заморожені напівфабрикати, ринок, виробництво, реалізація, попит.

*Oliiynuk N. M.,*

*ORCID ID: 0000-0002-1019-5708,*

*Ph.D., Associate Professor, Associate Professor of the Department of Economics, Entrepreneurship and Economic Security, Kherson National Technical University, Kherson*

*Tarasiuk A. V.,*

*ORCID ID: 0000-0001-7765-502X,*

*Ph.D., Associate Professor, Associate Professor of the Department of Economics, Entrepreneurship and Economic Security, Kherson National Technical University, Kherson*

*Makarenko S. M.,*

*ORCID ID: 0000-0001-9929-8967,*

*Ph.D., Associate Professor of the Department of Management and Administration, Kherson State University, Kherson*

*Kotyk O. A.,*

*Master`s degree student, Kherson National Technical University, Kherson*

## PROBLEMS AND PERSPECTIVES OF THE FROZEN SEMI-FINISHED PRODUCTS MARKET DEVELOPMENT

**Abstract.** The article deals with the state of production and sales of frozen semi-finished products in Ukraine. During the analysis, the structure, product range, production and sales volumes dynamics as well as the main market leaders are considered. It has been determined that the market of frozen products in Ukraine has quite a big potential. However, there are also problems that hinder the development of the entire industry. In the first place it is worthwhile to attribute to them the technological complexities, seasonality of demand, necessity of "cold logistics" organization, weak quality control of raw materials, duration of investment returns. Recently, the development of the frozen semi-finished products market can not be called active. The further concentration of production, the exit of small producers from the semi-finished products market as well as the entrance of foreign operators is forecasted.

**Key words:** frozen semi-finished products, market, production, sale, demand.

**JEL Classification:** L81, M11, L66

**DOI:** <https://doi.org/10.36477/2522-1256-2019-24-19>

**Постановка проблеми.** Харчова промисловість є стратегічно важливою галуззю, оскільки підприємства цієї галузі забезпечують населення необхідними продовольчими товарами [1, с. 99]. На думку авторів [2, с. 68], рівень розвитку продовольчого ринку впливає на забезпеченість населення продуктами харчування та соціально-економічний стан держави. Сучасні тенденції у харчуванні населення все більше орієнтовані на забезпечення населення повноцінними продуктами харчування високої якості, доступними за ціною широкому колу споживачів. Останнім часом в усьому світі широкого розповсюдження набуло застосування низьких температур як методу тривалого зберігання продовольчих товарів. Заморожування швидкокопсувних харчових продуктів є основним широко розповсюдженим та надійним методом консервування, який сприяє максимальному збереженню високої якості харчових продуктів у результаті мінімальних змін харчової цінності та органо-лептичних властивостей.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Проблемам та перспективам розвитку ринку заморожених напівфабрикатів в Україні присвячені роботи Ткачева А. [3], Колесової Р. [4], Шубіної Г. [5], Шугурової Т. [6] та ін.

**Постановка завдання.** Метою дослідження є аналіз динаміки обсягів виробництва і реалізації заморожених напівфабрикатів в Україні, дослідження конкурентного середовища та виявлення проблем і перспектив розвитку даного ринку.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Аналіз літературних джерел щодо стану сучасного ринку продовольчих товарів в Україні свідчить про те, що з кожним роком зростає питома вага різних видів напівфабрикатів, серед яких чільне місце посідають заморожені напівфабрикати, виготовлені з сировини тваринного, рослинного походження та комбіновані. Продукція заморожених напівфабрикатів включає в себе пельмені, м'ясні напівфабрикати, млинці, піцу, вареники, заморожені вироби з тіста і готові страви.

Структура вітчизняного ринку заморожених напівфабрикатів суттєво відрізняється від європейської. В Україні основна частка продажів припадає на м'ясні напівфабрикати та вироби із тіста з начинкою,

на відміну від європейської, де основна частка припадає на сегмент замороженої піци. За даними компанії Pro-Consulting, найбільшу частку вітчизняного ринку займають пельмені та вареники (69,1%), котлети та біфштекси (10,2%), млинці та чебуреки (7,6%), піца (6,1%) рибні напівфабрикати (5,3%), овочеві напівфабрикати (1,7%).

Ефективність діяльності підприємств харчової промисловості можна визначити за обсягами виробництва цих підприємств і фінансовими результатами їх діяльності [7, с. 74]. За даними Державної служби статистики України [8], на рисунку 2 порівняно обсяги виробництва та реалізації заморожених напівфабрикатів за період 2014-2017 рр.

Проведений аналіз за 2014-2017 рр. свідчить про тенденцію до збільшення обсягів виробництва і реалізації заморожених напівфабрикатів:

- середньорічний абсолютний приріст обсягу виробництва заморожених напівфабрикатів склав +14681,67 тонн за рік;

- середньорічний абсолютний приріст обсягу реалізації заморожених напівфабрикатів склав +18030,33 тонн за рік.

Зростання цього ринку відбулося, головним чином, за рахунок зміни стилю життя споживачів, збільшення попиту на продукти швидкого приготування, а також підвищення якості заморожених напівфабрикатів.

У таблиці 1 проведено більш детальний аналіз динаміки обсягів реалізації заморожених напівфабрикатів за період 2014-2017 рр. [8].

Проаналізувавши динаміку обсягів реалізації заморожених напівфабрикатів, можна простежити тенденцію зростання як у натуральному вимірі, так і у вартісному.

Відмінною рисою ринку напівфабрикатів є лідування на ньому вітчизняних компаній, таких як: ТОВ "Левада" (ТМ "Левада", м. Одеса); ТОВ "Три ведмеді" (ТМ "Три Ведмеді", м. Бердичів); ФОП Бородіна Л.В. (ТМ "Оса", м. Херсон); ПП "Дригало" (м. Біла Церква Київської обл.); ТОВ "Українські заморожені продукти" (ТМ "Пан Скворода", м. Кривий Ріг); ДП "Даника" (ТМ "Ситий Тато", м. Київ). Крім того, на ринку напівфабрикатів працюють близько 300 дрібних компаній-виробників [9].

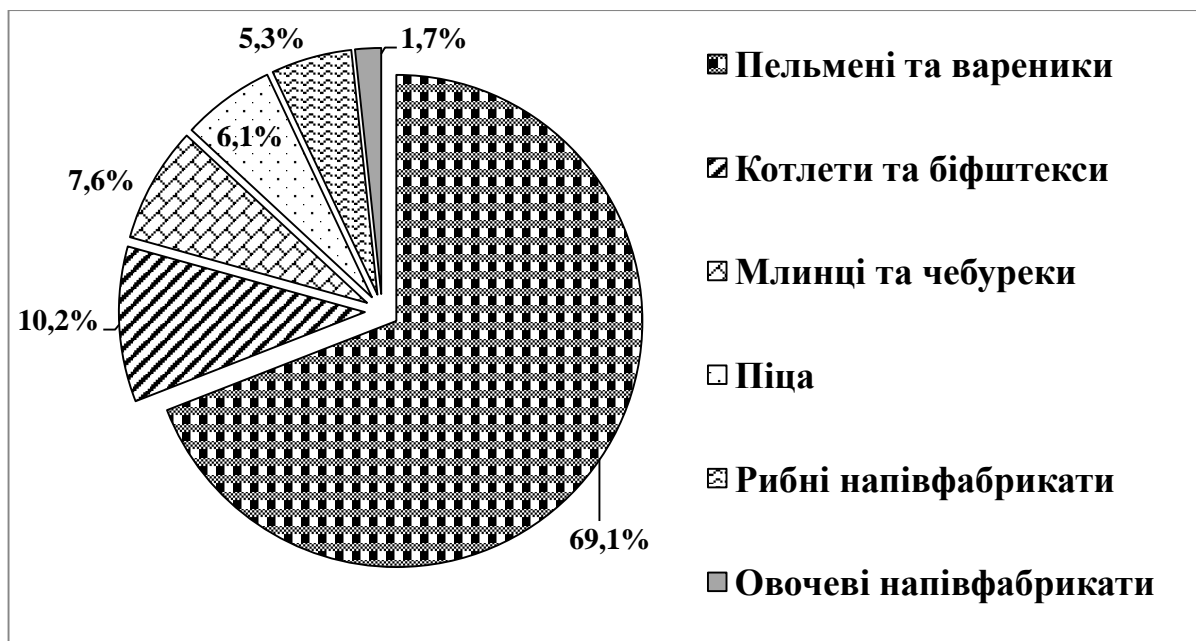


Рис. 1. Структура ринку заморожених напівфабрикатів

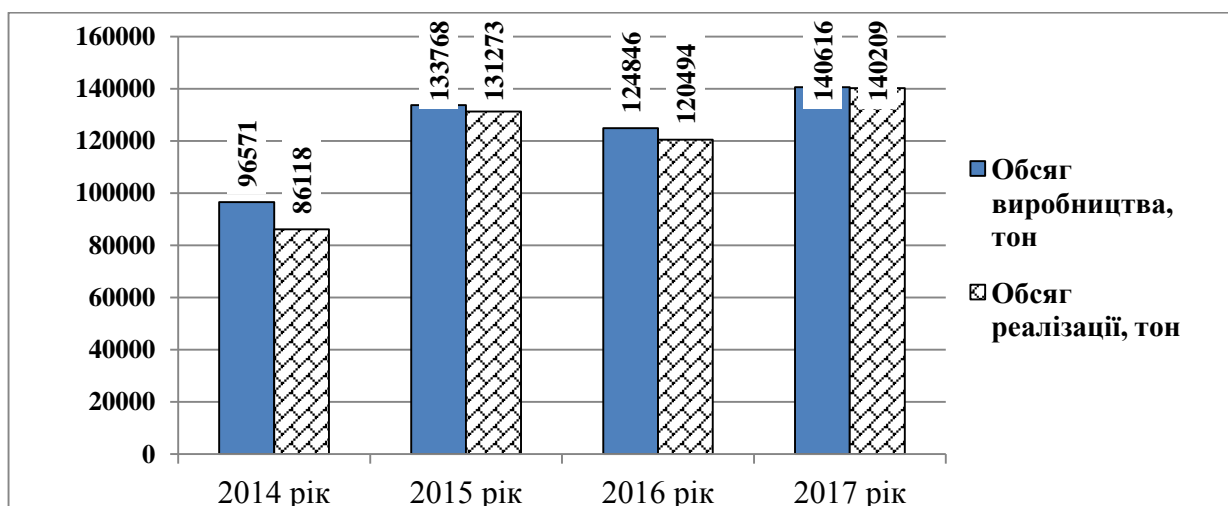


Рис. 2. Обсяги виробництва та реалізації заморожених напівфабрикатів в Україні

Таблиця 1

Аналіз динаміки обсягів реалізації заморожених напівфабрикатів

Рік	Реалізовано продукції, тонн	Темпи зростання, %		Реалізовано продукції, тис. грн	Темпи зростання, %	
		базисні	ланцюгові		базисні	ланцюгові
2014	86118	100,00	100,00	1318612,0	100,00	100,00
2015	131273	152,43	152,43	2331227,2	176,79	176,79
2016	120494	139,92	91,79	2978169,2	225,86	127,75
2017	140209	162,81	116,36	3821581,6	289,82	128,32

Важливим є те, що конкурентне середовище утворюється не лише і не стільки власне суб'єктами ринку, взаємодія яких викликає суперництво, але в першу чергу відносинами між ними [10, с. 59]. Взагалі ринок замороженої продукції в Україні має високий рівень конкуренції, що забезпечує стабільне зростання якості сировини та продукції. Збільшується асортимент виробів, які пропонують українським споживачам. Важливим моментом, здатним вплинути на динаміку розвитку ринку напівфабрикатів, є розширення пропозиції охолоджених кулінарних виробів, що сприймаються споживачами як більш якісні порівняно з замороженими аналогами. Можна прогнозувати, що орієнтація виробників на натуральність (відсутність шкідливих добавок) і високі споживчі властивості буде одним із основних трендів ринку в майбутньому.

Ринок заморожених продуктів в Україні має досить великий потенціал ємності. Однак існують також проблеми, які стримують розвиток всієї галузі. В першу чергу до них варто віднести технологічні складнощі, сезонність попиту, необхідність організації “холодної логістики”, слабкий контроль якості сировини, тривалість окупності інвестицій.

Сьогодні у відносинах між сировинним і переробним секторами ринку продовольчої продукції існують певні проблеми, які, на думку авторів [11, с. 51-52], успішно може зняти впровадження механізму субконтрактації – типу угоди, у ході якої одне підприємство (контрактор) доручає іншому (субконтрактору) здійснити виготовлення деякої продукції відповідно до наданих вимог.

Також однією з найважливіших складових розвитку продовольчого комплексу є активізація діяльності органів державної влади та місцевого самоврядування, направленої на створення належних умов розвитку для підприємств харчової промисловості та суміжних галузей, і розробки механізму управління продовольчим комплексом як основи стабільності соціального розвитку міста [12, с. 50].

**Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі.** Останнім часом розвиток ринку заморожених напівфабрикатів не можна назвати активним, оскільки значного зростання в споживанні або попиту на дану продукцію не спостерігається. Нині головне завдання українського ринку заморожених напівфабрикатів – втримати досягнуті обсяги виробництва. Прогнозується подальша концентрація виробництва, вихід з ринку заморожених напівфабрикатів малих виробників, поява закордонних операторів.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Журавльов В. Ю. Сучасні реалії та перспективи розвитку підприємств харчової промисловості в Херсонській області / В. Ю. Журавльов, Н. М. Олійник, С. М. Макаренко // Інноваційні технології розвитку у сфері харчових виробництв, готельно-ресторанного бізнесу, економіки та підприємництва: наукові пошуки молоді : Всеукраїнська науково-практична

конференція здобувачів вищої освіти і молодих учених (3 квітня 2019 р.). – Х. : ХДУХТ, 2019. – Ч. 2. – С. 99.

2. Тарасюк А. В. Перспективи розвитку ефективного ринку молочної продукції в Україні / А. В. Тарасюк, Н. М. Олійник, А. С. Мамедова // Вісник Львівського торговельно-економічного університету. Економічні науки. – 2018. – Вип. 56. – С. 67-71.

3. Ткачев А. Высокое качество – “визитная карточка” бренда / А. Ткачев // Брутто. – 2013. – № 58. – С. 28-32.

4. Колесова Р. Произвести и продать / Р. Колесова // Мясной бизнес + Прайс Строки. – 2007. – № 4. – С. 94-96.

5. Шубина Г. Рынок замороженных полуфабрикатов: общая ситуация / Г. Шубина // Продукты & Ингредиенты. – 2012. – № 3 (89). – С. 38-40.

6. Шугурова Т. Инновационный подход к производству натуральных полуфабрикатов / Т. Шугурова // Мясной бизнес. – 2011. – № 4. – С. 56-57.

7. Макенова С. О. Сучасний стан харчової промисловості у Херсонській області / С. О. Макенова, Н. М. Олійник // Розвиток фінансово-економічного становища на різних рівнях управління : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції (24-25 березня 2017 р.). – Дніпро: НО “Перспектива”, 2017. – С. 74-77.

8. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.

9. Портал для споживачів FAVOR [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.favor.com.ua/ru/vote/products/frozen-convenience-food/>.

10. Макаренко С. М. Бізнес-планування : навчально-методичний посібник для студентів спеціальності 073 “Менеджмент” / С. М. Макаренко, Н. М. Олійник. – Херсон : ТОВ “ВКФ “СТАР” ЛТД”, 2017. – 224 с.

11. Лисюк В. М. Роль субконтрактації у розвитку міжрегіональної кооперації на ринках харчової промисловості / В. М. Лисюк, Н. Л. Шлафман, Н. М. Олійник // Development strategy of science and education: Collection of scientific articles. – Fidelite editions, Namur, Belgique, 2017. – P. 49-52.

12. Макаренко С. М. Вдосконалення механізму управління продовольчим комплексом як основи стабільності розвитку міста / С. М. Макаренко, В. Р. Шкабара, Н. М. Олійник // Публічне управління та адміністрування у процесах економічних реформ : збірник тез доповідей II Всеукраїнської науково-практичної конференції (19 квітня 2018 р.). – Херсон : ДВНЗ “ХДАУ”, 2018. – С. 48-50.

## REFERENCES

1. Zhuravlov, V. Yu., Oliinyk, N. M. and Makarenko, S. M. (2019), Suchasni realii ta perspektyvy rozvytku pidpriemstv kharchovoi promyslovosti v Khersonsk'ij oblasti, *Innovatsijni tekhnologii rozvytku u sferi kharchovykh vyrobnytstv, hotel'no-restorannoho biznesu, ekonomiky ta pidpriemnytstva: naukovi poshuky molodi*, Vseukrains'ka naukovo-praktychna konferentsiia

zdobuvachiv vyschoi osvity i molodykh uchenykh, KhDUKhT, Kharkiv, April 13, no. 2, pp. 99.

2. Tarasiuk, A. V., Oliinyk, N. M. and Mamiedova, A. S. (2018), Perspektivy rozvytku efektyvnoho rynku molochnoi produktsii v Ukraini, *Visnyk L'vivs'koho torhovel'no-ekonomichnoho universytetu: Ekonomichni nauky*, vol. 56, pp. 67-71.

3. Tkachev, A. (2013), Vyisokoe kachestvo – “vizitnaya kartochka” brenda, *Brutto*, no. 58, pp. 28-32.

4. Kolesova, R. (2007), Proizvesti i prodats, *Myasnoy biznes Prays Stroki*, no. 4, pp. 94-96.

5. Shubina, G. (2012), Rynok zamorozhennykh polufabrikatov: obshchaya situatsiya, *Produktyi & Ingredyentyi*, no. 3 (89), pp. 38-40.

6. Shugurova, T. (2011), Innovatsionnyy podhod k proizvodstvu naturalnykh polufabrikatov, *Myasnoy biznes*, no. 4, pp. 56-57.

7. Makenova, S. O. and Oliinyk, N. M. (2017), Suchasnyj stan kharchovoi promyslovosti u Khersons'kij oblasti, *Rozvytok finansovo-ekonomichnoho stanovyscha na riznykh rivniakh upravlinnia*, Materialy Mizhnarodnoi naukovy-praktychnoi konferentsii, Dnipro, pp. 74-77.

8. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy (2019), available at: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.

9. Portal dlia spozhyvachiv FAVOR (2019), available at: <https://www.favor.com.ua/ru/vote/products/frozen-convenience-food/>.

10. Makarenko, S. M. and Oliinyk, N. M. (2017), Biznes-planuvannia: navchal'no-metodychnyj posibnyk dlia studentiv spetsial'nosti 073 “Menedzhment”, TOV “VKF “STAR” LTD”, Kherson.

11. Lisyuk, V. M., Shlafman, N. L. and Oliinyk, N. M. (2017), Rol' subkontraktatsii u rozvytku mizhrehional'noi kooperatsii na rynkakh kharchovoi promyslovosti, *Development strategy of science and education*, Collection of scientific articles, Belgique, pp. 49-52.

12. Makarenko, S. M., Shkabara, V. R. and Oliinyk, N. M. (2018), Vdoskonalennia mekhanizmu upravlinnia prodovol'chym kompleksom iak osnovy stabil'nosti rozvytku mista, *Publichne upravlinnia ta administruvannia u protsesakh ekonomichnykh reform*, II Vseukrains'ka naukovy-praktychna konferentsiia, DVNZ “KhDAU”, Kherson, April 19, pp. 48-50.

*Стаття надійшла до редакції 16 грудня 2018 р.*