

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КРИВОРІЗЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ПЕДАГОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Факультет географії, туризму та історії
Кафедра економічної і соціальної географії та методики викладання

«Допущено до захисту»

Завідувач кафедри

(підпис) (прізвище, ініціали)
«___» _____ 2018 р.

Реєстраційний № _____

«___» _____ 2018 р.

СУСПІЛЬНО-ГЕОГРАФІЧНА ХАРАКТЕРИСТИКА
КОНДИТЕРСЬКОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ

Кваліфікаційна робота студентки
групи ГОЕ м – 13
ступінь вищої освіти магістр
спеціальності 014 Середня освіта
(Географія)

Уривської Тетяни Сергіївни

Керівник: к. п. н., доцент

Бондаренко О. В.

Оцінка:

Національна шкала _____

Шкала ECIS _____ Кількість балів _____

Голова ЕК _____
(підпис) (прізвище, ініціали)

Члени ЕК _____
(підпис) (прізвище, ініціали)

(підпис) (прізвище, ініціали)

(підпис) (прізвище, ініціали)

(підпис) (прізвище, ініціали)

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ КОНДИТЕРСЬКОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ	6
1.1. Становлення та розвиток вітчизняної кондитерської галузі	6
1.2. Місце виробництва кондитерських виробів в структурі харчової промисловості України	14
Висновки до розділу 1	21
РОЗДІЛ 2. СУСПІЛЬНО-ГЕОГРАФІЧНА ХАРАКТЕРИСТИКА ВІТЧИЗНЯНОЇ КОНДИТЕРСЬКОЇ ГАЛУЗІ	22
2.1. Передумови розвитку кондитерської галузі України	22
2.2. Динаміка кондитерського виробництва	25
2.3. Проблеми і перспективи розвитку кондитерської галузі України....	35
Висновки до розділу 2	38
РОЗДІЛ 3. МУЛЬТИМЕДІЙНА ПІДТРИМКА ВИВЧЕННЯ ВІТЧИЗНЯНОЇ КОНДИТЕРСЬКОЇ ГАЛУЗІ У КУРСІ «УКРАЇНА І СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО»	39
3.1. Вивчення стану досліджуваної проблеми у практиці загальноосвітньої школи.....	39
3.2. Мультимедійна підтримка вивчення вітчизняної кондитерської галузі за допомогою електронного посібника (на основі програмного забезпечення TurboSite)	44
Висновки до розділу 3	54
ВИСНОВКИ	55
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ	56
ДОДАТКИ	63
Додаток А	63
Додаток Б	65
Додаток В	70

ВСТУП

Актуальність теми. Стабільний динамічний розвиток країни залежить від економічного зростання усіх галузей економіки. Однак, нині в умовах посилення суспільно-економічної кризи, кондитерська галузь України залишається однією з небагатьох, яка продовжує успішно розвиватися, оскільки має «низький рівень вразливості до негативних спадів в економіці країни та світу в цілому» [4, с. 1].

Перетворення, які відбуваються в економіці нашої країни спричинили появу нових вимог до кондитерських підприємств. Щоб залишатися конкурентоспроможними, вони повинні швидко оцінювати власну стратегію поведінки й передбачати перспективи розвитку у майбутньому, адже це дозволить зайняти стійку позицію як на вітчизняному, так і на світовому ринках. Зростання світового та українського ринку кондитерських виробів зумовлює необхідність детального вивчення вітчизняної кондитерської галузі та її суспільно-географічної характеристики.

Досліджувана проблема не є новою. Окремі її аспекти знайшли висвітлення в наукових доробках, які стосуються історії розвитку кондитерської галузі (О. Коцюбанська [23]), аналізу її сучасного стану розвитку (О. Басова [4], В. Мартиновський [29], Ю. Сьоміна [29]), особливостей і перспектив розвитку кондитерської галузі (О. Петухова [49], Г. Черноштан [49]), виявлення тенденцій та аналізу ринку кондитерських виробів в Україні (Г. Дюкарева [11], А. Заінчковський [13], Л. Закревська [14], Г. Козіна [12], Н. Кривошеєва [12], І. Лазебна [33], І. Мрочко [63], М. Наумова [58], А. Тичинська [58], Н. Слободян [13], О. Соколовська [12], М. Шашина [63]).

У контексті сучасних політико-економічних перетворень, не лише вивчення історії становлення кондитерської галузі та динаміки її виробництва є актуальними, а й передача знань про неї підрастаючому поколінню, яке у майбутньому буде розбудовувати національне господарство. Потенційні можливості у розв'язанні цього питання має шкільна географія, зокрема курс «Україна і світове господарство».

Акцентується увага на досліджуваній проблемі в працях вітчизняних методистів географії (Л. Вішнікіна [59], В. Корнєєв [22], М. Криловець [25], В. Самойленко [59], О. Топузов [59]) та вчителів-практиків (Н. Мельник [30], Н. Устименко [61], А. Юхимчук [65]), які присвячені як методиці навчання географії загалом, так і розвитку харчової промисловості, зокрема.

Однак, попри активну увагу методики навчання географії до стану розвитку кондитерської галузі, у практиці роботи загальноосвітньої школи кондитерська галузь не набула самостійного вивчення, а розглядається в контексті виробництва харчових продуктів та напоїв.

Отже, актуальність досліджуваної проблеми, яку можна окреслити у вигляді суперечності між суспільним значенням досліджуваної проблеми та її практичним станом, зумовила вибір теми кваліфікаційної роботи: *«Суспільно-географічна характеристика кондитерської галузі України»*.

Мета дослідження полягала у суспільно-географічній характеристиці вітчизняної кондитерської галузі та систематизації мультимедійного контенту, що розкриває особливості кондитерського виробництва у вигляді електронного посібника для вчителів.

Реалізація мети передбачала розв'язання таких **завдань дослідження**:

- 1) здійснити ретроспективний аналіз розвитку кондитерської галузі України та визначити місце виробництва кондитерських виробів в структурі харчової промисловості України;
- 2) з'ясувати передумови, проблеми і перспективи розвитку вітчизняної кондитерської галузі;
- 3) розглянути динаміку вітчизняного виробництва основних видів кондитерської продукції;
- 4) розробити електронний посібник «Кондитерська галузь України» (на основі програмного забезпечення TurboSite).

Об'єкт дослідження – кондитерська галузь України.

Предмет дослідження – суспільно-географічна характеристика кондитерської галузі України.

Матеріал дослідження. Представлене в роботі дослідження ґрунтується на матеріалах Державної служби статистики України, Міністерства аграрної політики України, Державної фіскальної служби України, інтернет-ресурсу «Державна підтримка українського експорту» Міністерства економічного розвитку і торгівлі України та ін.

Під час виконання кваліфікаційної роботи використовувались такі **методи дослідження:**

теоретичні – аналіз наукової літератури з досліджуваної проблеми; систематизація й узагальнення наукової літератури задля характеристики передумов, проблем і перспектив розвитку кондитерської галузі в Україні;

емпіричні – статистичний метод обробки отриманих даних з метою виявлення кількісних та якісних показників, що зображують динаміку виробництва кондитерських виробів; картографічний метод для ілюстрування кількісних і якісних показників у вигляді діаграм і картосхеми.

Практичне значення одержаних результатів полягає в розробленні картосхеми й діаграм, що ілюструють динаміку вітчизняного кондитерського виробництва й можуть бути використані під час вивчення шкільного курсу «Україна і світове господарство», а також в систематизації мультимедійного контенту з пропонованої теми у вигляді електронного посібника для вчителів (на основі програмного забезпечення TurboSite).

Апробація результатів кваліфікаційної роботи. Результати висвітлено в одноосібній статті «Проблеми та перспективи розвитку кондитерської галузі України» [60], поданої для дистанційної участі у Міжнародній науково-практичній конференції студентів та аспірантів «Географічні дослідження: історія, сучасність, перспективи», (м. Харків, 5–6 квітня 2017 р.) та доповідалися на щорічній звітній науково-практичній конференції студентів факультету географії, туризму та історії (м. Кривий Ріг, 2017 р.).

Структура роботи. Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків за розділами, загальних висновків, списку використаних джерел (66 найменувань). Загальний обсяг 70 сторінок.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ

КОНДИТЕРСЬКОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ

1.1. Становлення та розвиток вітчизняної кондитерської галузі

Відповідно до поставлених завдань дослідження вважаємо за необхідне здійснити ретроспективний аналіз становлення вітчизняної кондитерської галузі.

На основі аналізу наукових джерел з досліджуваної проблеми можна стверджувати, що еволюція вітчизняної промисловості загалом і кондитерської галузі зокрема, тісно пов'язана з історією розвитку нашої країни.

Витоки приготування кондитерських виробів сягають ще часів Київської Русі, коли для приготування смаколиків використовували переважно мед, який з появою кустарного виробництва стає основною сировиною. Згодом асортимент солодощів дещо розширюється і до XVII ст. на столах вельмож зустрічалися: цукор-льодяник, горіхова маса, фрукти і ягоди в цукрі тощо.

О. Коцюбанська [23], аналізуючи історичні умови розвитку кондитерської галузі виокремлює такі періоди її еволюції:

- 1) мануфактурний (50–70-ті рр. XIX ст.);
- 2) промислово-мануфактурний (80-ті роки XIX ст. – 1916 р.);
- 3) період повоєнної відбудови та трестизації (1921–1929 рр.);
- 4) індустріальний період (1929–1940 рр.) [23, с. 9].

Мануфактурному виробництву ласощів певною мірою посприяло отриманням цукру з буряка і відкриттям способу одержання світлої патоки з крохмалю ад'юнктом Російської академії наук Готлібом Кирхгофом. З виникненням промислового виробництва сахарози з'явилася й специфічна група ласощів – кондитерські вироби (харчові продукти, зі значним вмістом видозміненої сахарози). Інтуїція й досвід науковців дозволили знайти шляхи перетворення сахарози, а відкриття у 1812 р гідролізу крохмалю і отримання патоки розширили можливості перетворення сахарози, що знаходиться в цукрі-піску у властивій їй кристалічній формі.

Понад 150–200 років тому розвиток машинного виробництва сприяв появі промислового виробництва кондитерських виробів. Якщо спочатку масу для вироблення ласощів готували переважно на відкритому вогню, шляхом спалювання дров, соломи, вугілля тощо, то поява парових машин створила необхідні умови задля промислового виробництва кондитерських виробів, а використання електричного струму зумовило технічне переоснащення виробничих потужностей.

О. Коцюбанська зазначає, що «... перше промислове підприємство в Одесі з'являється у 1820 році. На Галичині це стається у 30-ті роки XIX ст., харківський осередок постає у 40–50-ті роки XIX ст., Київ у загальному розподілі фігурує як найпізніший осередок кондитерської промисловості (60–70-ті роки XIX ст.)» [23, с. 9].

На початку XIX ст. створювались цукерні у різних містах України, які мали свої регіональні особливості й специфіку, особливо чітко прослідковувався асортимент виборів. На сході домінувало виробництво пряників, для півдня притаманні були традиції східних солодошів, а захід спеціалізувався на виробництві смаколиків європейського асортименту (виготовлення марципанів), що є наслідком перебування України під впливом Австро-Угорщини [23, с. 14].

У результаті промислового перевороту у другій половині XIX ст., всі цукерні зобов'язані були перейти до мануфактурного виробництва. Суттєво вплинуло на розвиток досліджуваної галузі у цей час залучення іноземного капіталу. У другій половині XIX ст. найбільші фабрики іноземці будують у Москві, Петербурзі, Харкові, Києві, Одесі. Однак оскільки усі операції виконувалися за рахунок ручної праці, то для таких підприємств характерна була низька продуктивність. Лише на найбільших підприємствах застосовувалися машини, на деяких ділянках виробництва шоколаду, цукерок і печива в дуже обмежених кількостях. Майже все обладнання ввозилося із-за кордону, а споживачами була в основному заможна частина населення.

За даними збірника «Фабрично-заводська промисловість Європейської Росії 1910–1912 рр.», у цей час було створено 142 ценових кондитерських підприємства, які виробляли за рік 70,1 тисяч тон ласощів. У 1913 р у Росії було вироблено 109 тисяч тон кондитерських виробів, а споживання на душу населення становило близько 0,8 кг на рік [16].

Кондитерська галузь розвивалася у складних історичних умовах, зазначаючи періодичних злетів і падінь. Так, на розвитку означеної галузі передусім позначилися перша світова й громадська війни.

Услід за О. Коцюбанською, зауважимо, що особливостями становлення та розвитку кондитерської промисловості України у другій половині ХІХ – 30-ті роки ХХ ст. були «вузькі ринки збуту, широкий асортимент, але при малих обсягах виробництва, примітивні, «домашні» схеми виробництва продукції; мінімальна кількість спеціалізованого обладнання, що приводиться в дію від руки, розміщення мануфактур на невеликій найманій площі чи в будинку власника, відсутність кондитерської галузі в офіційному переліку промислових підприємств, відсутність державного контролю за санітарним рівнем підприємств, виконання частини роботи працівниками мануфактур на дому» [23, с. 14].

Загалом можна виділити чотири групи підприємств, які функціонували в той час, зокрема 1) малі майстерні раннього й пізнього періодів з простим обладнанням, 2) невеликі фабрики зі складнішим обладнанням, 3) великі фабрики з машинним обладнанням і загальною чисельністю робітників близько 1 тис. осіб та 4) підприємства, що спеціалізувалися на виробництві окремих видів солодошів [23; 24]. Причому первинні форми підприємств продовжували працювати поряд із новими, більш удосконаленими за формою.

Черговим еволюційним падінням можна вважати розвиток галузі за часів економічної кризи 1916 р. та визвольних змагань 1917–1921 рр. Виробництво ласощів у цей час більшою мірою залежало від характеру зовнішньо-економічних зв'язків (імпорту й експорту), доступності

транспортної мережі, портів та інших аспектів, що тісно пов'язують її з міжнародними відносинами.

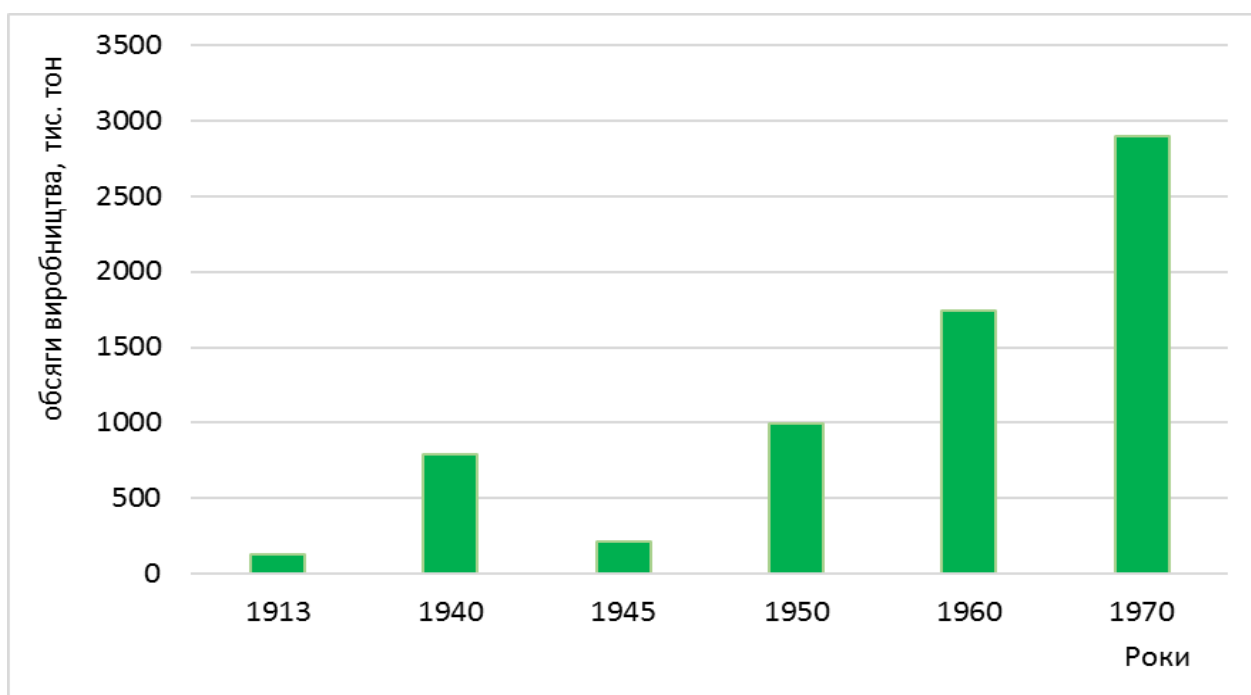
Отже, за часів промислово-мануфактурного періоду значно розширилися межі ринку збуту досліджуваної галузі, здійснено поступовий перехід до фабричного виробництва на основі парових котлів і механічних двигунів, удосконалювалася інфраструктура галузі, зокрема зросла кількість цехів, закладів харчування, складів, механічних майстерень, адміністративної частини. Поява нового устаткування зумовила ускладнення технології виробництва, що у свою чергу призвело до внесення кондитерської галузі до офіційного переліку галузей промисловості. Крім того, було визначено вимоги до якості продукції, санітарно-гігієнічні норми кондитерського виробництва, дотримання яких підлягало фабричному інспектуванню й державному контролю [23; 24].

Наступний спад виробництва солодошів припадає на часи громадянської війни, а поступовий підйом починається з реорганізації галузі у 1922 році, шляхом створення трестів Моссільпром, Київський, Харківський, Одеський та ін. Станом на 1928 р. налічувалося 43 державних і 278 кооперативних підприємств, а загальний обсяг виробництва кондитерських виробів склав 107, 4 тисяч тон.

Протягом першої п'ятирічки (1928–1932) відбувається реконструкція фабрик, з'являються машини, апарати, зростає енергооснащеність підприємств. Довоєнний час (1932–1940) характеризується черговим піднесенням у розвитку кондитерської галузі (див. табл. 1.1., рис. 1.1.), реорганізацією старих підприємств і побудовою нових (50 фабрик). Водночас актуалізація проблеми підготовки фахівців для цих підприємств, сприяла розгортанню мережі спеціальних закладів освіти та організації кафедри технології кондитерського виробництва при Інституті народного господарства ім. Г. В. Плеханова. На виробництві набули поширення вакуум-апарати, різноманітні машини (помадковзбивальні, цукерковідливні, глазурувальні, для штампування печива тощо).

**Динаміка виробництва кондитерських товарів в СРСР
(без виробництва на підприємствах громадського харчування) [64]**

Рік	Вироблено продукції	
	всього, тис тон	на душу населення, кг
1913	125	0,8
1940	790	4,2
1945	212	1,2
1950	993	5,5
1960	1744	8,1
1970	2896	11,9



*Рис. 1.1. Динаміка кондитерського виробництва (1913–1970 рр.)
(складено автором)*

Задля вивчення процесів створення технології механізованого виробництва, пошуку нових видів сировини, розробки методів аналізу сировини, напівфабрикатів і готової продукції, а також організації праці в 1932 р. створюється Всесоюзний науково-дослідний інститут кондитерської промисловості (ВНДКІП).

З'являється низка праць, присвячених науковим основам технології і технічного контролю кондитерського виробництва (А. Рапопорта,

В. Реутова, А. Соколовського, Б. Голанда, В. Грюнера, Б. Кафки та ін.).

До 1940 року на кондитерських фабриках знаходилося в експлуатації 416 карамельних та начиняльних вакуум-апаратів, 230 машин для виробництва карамелі, 30 агрегатів для збивання помадки, 7 для формування цукерок, 17 для глазурування, 45 машин й автоматів для плиткового шоколаду. Все це дозволило випустити в 1940 р. 790 тис. тон кондитерських виробів.

Після Великої Вітчизняної війни кондитерська промисловість була відновлена на базі більш прогресивної техніки і технології.

У тісній співдружності ВНДІКП з науковцями кафедри технології кондитерського та макаронного виробництва, інженерами і новаторами кондитерських фабрик створюють механізовані потокові лінії з виробництва кондитерських виробів (механізована потокова лінія виробництва цукрового печива, карамелі з фруктовими начинками, льодяникової карамелі, аморфного ірису і т. д.). До 1963 року в промисловості працювало 180 комплексно-механізованих поточкових ліній.

Завдяки будівництву великих механізованих і автоматизованих фабрик, значно розширилася географія промисловості; кондитерські підприємства наблизилися до районів споживання; змінився асортимент виробів, шляхом збільшення частки виробів, що користуються підвищеним попитом у населення; зросла поживна цінність виробів; з'явилися спеціальні (діабетичні, дитячі) кондитерські вироби. До 1970 р. споживання на душу населення кондитерських виробів було доведено до 12 кг на рік.

Протягом 1946–1970 рр. створюється близько 60 фабрик універсального типу, у тому числі 25 з обсягом виробництва до 26 тис. тон кожна. Одне з найбільших у Європі шоколадних підприємств було уведено в дію у 1969 році у Куйбишеві. Згодом реорганізація старих і створення нових фабрик зумовила високу концентрацію кондитерської галузі. Найвідомішими на території тогочасної УРСР були фабрики імені Карла Маркса у Києві (зараз належить структурному підрозділу компанії «ROSHEN»), «Світоч» у Львові, «Червоний

кондитер» у Харкові.

Наприкінці 70-х років ХХ ст. для означеного виробництва характерні були такі риси як механізація й автоматизація, розширення асортименту продукції і підвищення її якості, розроблення й впровадження нових технологій.

До другої половини ХХ ст. кондитерська галузь пододала шлях від напівкустарного до індустріального автоматизованого виробництва, а продуктивність праці зросла майже 6 разів порівнянні з дореволюційним періодом.

На кондитерських фабриках на початок 1971 працювало понад 500 безперервно-потоккових комплексно-механізованих ліній і агрегатів для виробництва карамелі, 400 – для печива, 700 – для цукерок та ірису.

Потужне виробництво ласощів перетворило частину їх (карамель, цукерки) в повсякденний продукт харчування з щорічним обсягом 15 кг на душу населення. Водночас починають активно використовувати цукор в інших продуктах харчування. Споживання цукру у великій кількості призвело до зростання кількості серцево-судинних захворювань, а ті в свою чергу до необхідності виробництва ласощів зі зниженим вмістом цукру.

З 1990 року обсяги виробництва поступово спадають, оскільки соціально-економічні зміни призвели до зниження купівельної спроможності населення і в 1996 році сягнули позначки лише 283 тисячі тон. Галузь протягом кількох років переживала занепад, оскільки після розпаду планової економіки припинилось постачання імпортової сировини, зокрема какао й какао-продуктів, горіхів, ароматизаторів і пакувальних матеріалів. Виробники змушені були замінити какао менш якісним матеріалом – цикорієм, що призвело до зниження якості виробленої продукції.

Зростання темпів виробництва намітилося 1997 року і було обумовлене покращенням матеріально-технічної бази підприємств, створенням більш якісної продукції і появою на вітчизняному ринку таких світових лідерів-виробників як «Kraft Foods», «Mars», «Nestle» та ін. Водночас поступове

зростання добробуту населення України сприяло збільшенню обсягів виробництва кондитерської галузі, зміні структури споживання продуктів харчування, підвищенню вимог до якості кондитерських виробів.

На початку нового тисячоліття кондитерська галузь України постала як конкурентоспроможне потужне промислове виробництво, з високим рівнем науково-технічного й кадрового потенціалу.

Нині виробництво ласощів в Україні представлено значною кількістю підприємств, що «входять до системи Державного департаменту продовольства України, і неасоційованими представниками приватного бізнесу» [28, с. 10–11].

Сучасні провідні підприємства з вироблення кондитерської продукції дослідники (В. Мартиновський, Ю. Сьоміна [29]) об'єднують в три групи:

1) підприємства, що скористалися іноземними інвестиціями (ПрАТ «Монделіс Україна», колишнє ВАТ «Крафт Фудз Україна», м. Тростянець Сумської області; Львівська кондитерська фабрика «Світоч», м. Львів);

2) підприємства, що функціонують за рахунок українських інвесторів (кондитерська компанія «АВК», м. Дніпро; Кондитерська Корпорація «ROSHEN» Вінницька, Кременчуцька, Київська та Маріупольська кондитерські фабрики);

3) підприємства, що існують за рахунок власних коштів (ЗАТ «Одесакондитер»; ЗАТ «Харківська бісквітна фабрика»).

Продукція означених вище виробників представлена в Україні повсюдно, однак за даними С. Маркелова [28] «найвищі показники популярності «ROSHEN» спостерігаються у західних, південно-західних, північних і центральних областях, тоді як населення густонаселеного сходу є більш лояльним до продукції місцевих компаній-конкурентів – «АВК» і «КОНТІ» [28, с. 10].

Отже, вітчизняна кондитерська галузь у своєму розвитку пройшла складний шлях від ручного, мануфактурного виробництва до складно організованого конкурентоспроможного.

1.2. Місце виробництва кондитерських виробів в структурі харчової промисловості України

Нині кондитерська галузь представлена понад 170 тисячами фахівців і є однією з найрозвиненіших у харчовій промисловості України. Вітчизняний кондитерський ринок є відносно консолідованим і охоплює близько 850 фірм, серед яких є як потужні фабрики, так і невеликі цехи. Загальний обсяг виробництва понад 1 мільйон продукції на рік надає змогу не лише задовольняти потреби внутрішнього ринку, а й експортувати продукцію за кордон.

Перш ніж визначити місце виробництва кондитерських виробів в структурі господарства України визначимося, що таке «кондитерські вироби» і що до них належить.

У традиційному розумінні під «кондитерськими виробами» розуміють харчові продукти (цукристі й борошністі), як мають високий вміст цукру і виготовляються за спеціальними рецептами [19; 20]. До цукристих належать карамельні, цукеркові, шоколадні і фруктові-ягідні, драже і ірис, халва, східні солодоці, а до борошністих – печиво, пряники, тістечка, торти, основними інгредієнтами яких є борошно, цукор, жир, яйця.

Відповідно до класифікації продукції за видами економічної діяльності (КВЕД, 2010) [18] та Номенклатури промислової продукції (НПП) [37], яку підготувала Державна служба статистики у 2017 році, кондитерська продукція поділяється на такі групи: виробництво хліба, хлібобулочних і борошняних виробів (код 10.7) та виробництво інших харчових продуктів (код 10.8), зокрема виробництво какао, шоколаду та цукрових кондитерських виробів (код 10.82). Конкретизуємо, що виробництво хліба, хлібобулочних і борошняних виробів охоплює: виробництво хліба й хлібобулочних виробів; борошняних кондитерських виробів, тортів і тістечок нетривалого зберігання; сухарів і сухого печива; борошняних кондитерських виробів, тортів і тістечок тривалого зберігання. Виробництво какао, шоколаду та цукрових кондитерських виробів охоплює таку продукцію як какао-паста, какао-масло,

какао-жир, какао-порошок, шоколад і продукти харчові готові, які містять какао й вироби кондитерські цукрові, що не містять какао.

Кондитерська галузь, як зазначалося вище є однією з найрозвиненіших у харчовій промисловості. Вона посідає важливе місце у структурі національного господарства і має тісні зв'язки з іншими галузями промисловості. Основною кондитерської галузі є сировина рослинництва і садівництва, а також тваринництва і птахівництва, оскільки ключовими рецептурними інгредієнтами кондитерських виробів є олія, жири, цукор, борошно, вода, яйця, молоко.

Виробництво кондитерських виробів та його динаміку подаємо у другому розділі кваліфікаційної роботи, у цьому ж підрозділі зосередимо увагу на місці галузі в структурі харчової промисловості, яке можна простежити за її місцем у структурі експорту та імпорту харчової продукції.

Цінними для розуміння сутності нашої проблеми є дані представлені у довіднику «Food industry in Ukraine (Харчова промисловість в Україні)» [66], Автор довідника – контент-маркетингове агентство Top Lead за підтримки партнерів: Американської торговельної палати в Україні, юридичної фірми AEQUO та «Райффайзен Банк Аваль». Інформаційний та аналітичний партнер – BusinessViews. (Детальніше за покликанням: <https://businessviews.com.ua/ru/food-industry-report-2017/>).

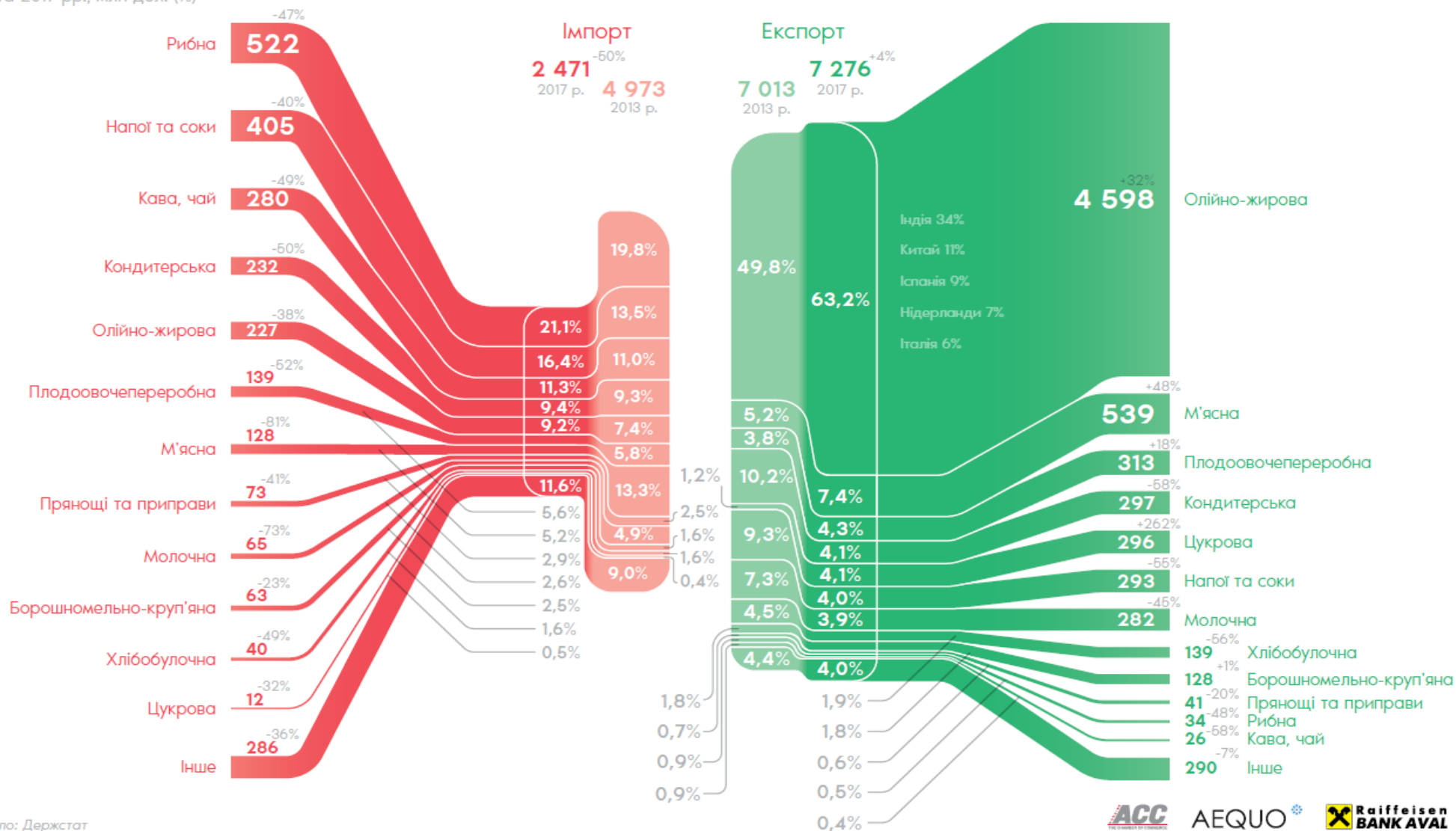
У довіднику (на основі даних Державної служби статистики України) висвітлено динаміку структури та обсягів зовнішньої торгівлі харчовими продуктами та напоями за підгалузями (рис. 1.2.), ціну експорту та імпорту харчових продуктів та напоїв за підгалузями (рис. 1.3.) й сальдо зовнішньої торгівлі харчовими продуктами та напоями за підгалузями (рис. 1.4.).

Рис. 1.2.–1.4. яскраво ілюструють місце кондитерської галузі в структурі харчової промисловості України й можливості України на вітчизняному і світовому ринках продовольства.

ТОРГІВЛЯ

ЗОВНІШНЯ ТОРГІВЛЯ ЗА ПІДГАЛУЗЯМИ

Динаміка структури та обсягів зовнішньої торгівлі харчовими продуктами та напоями за підгалуззями, 2013 та 2017 рр., млн дол. (%)



Джерело: Держстат

Рис. 1.2. Динаміка структури та обсягів зовнішньої торгівлі харчовими продуктами та напоями за підгалуззями [66, с. 9]

ТОРГІВЛЯ

ЦІНА ЕКСПОРТУ ТА ІМПОРТУ

Ціна експорту та імпорту харчових продуктів та напоїв за підгалузями, 2017 р.

Імпорт Експорт

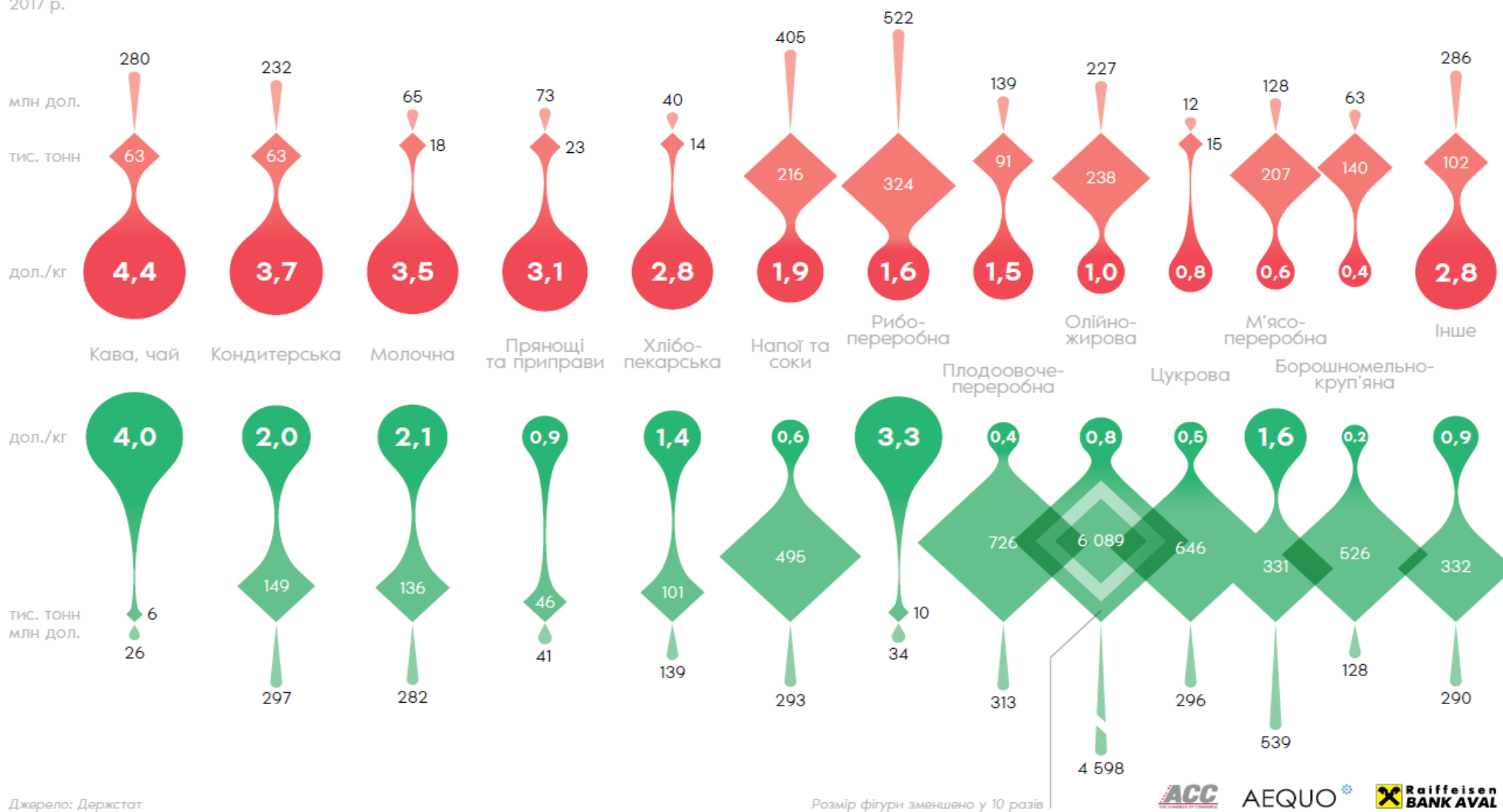
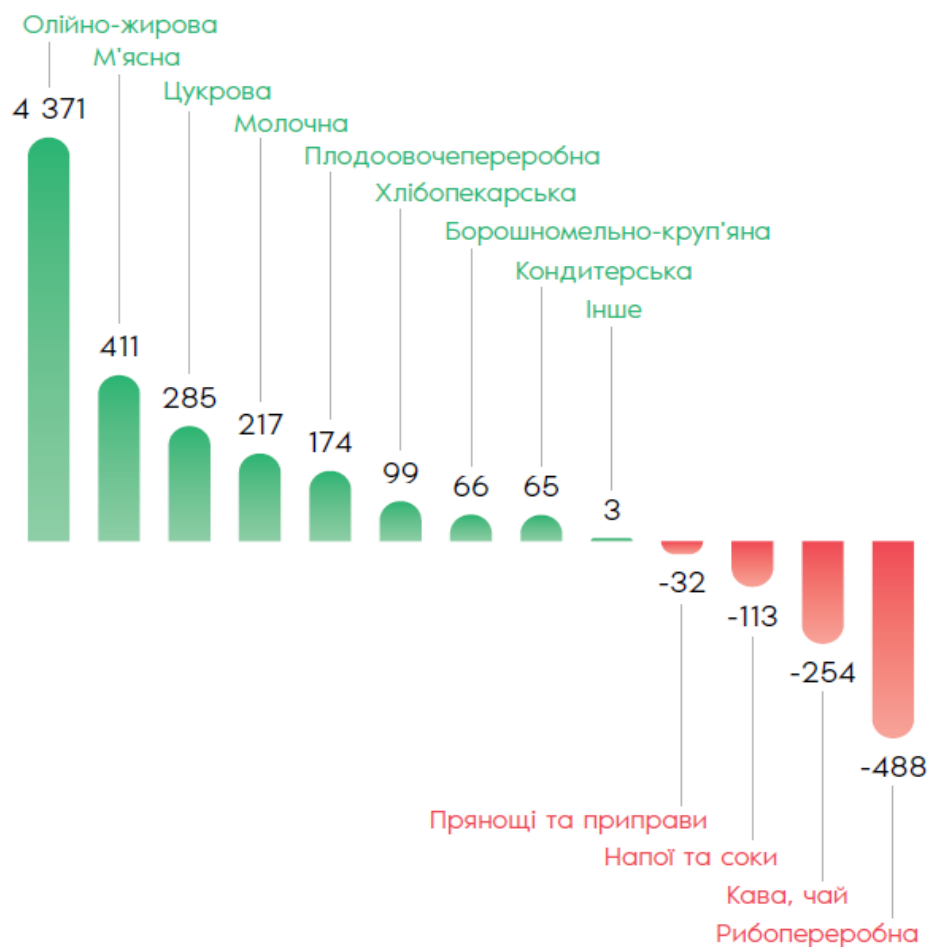


Рис. 1.3. Ціна експорту та імпорту харчових продуктів та напоїв за підгалузями [66, с. 10]

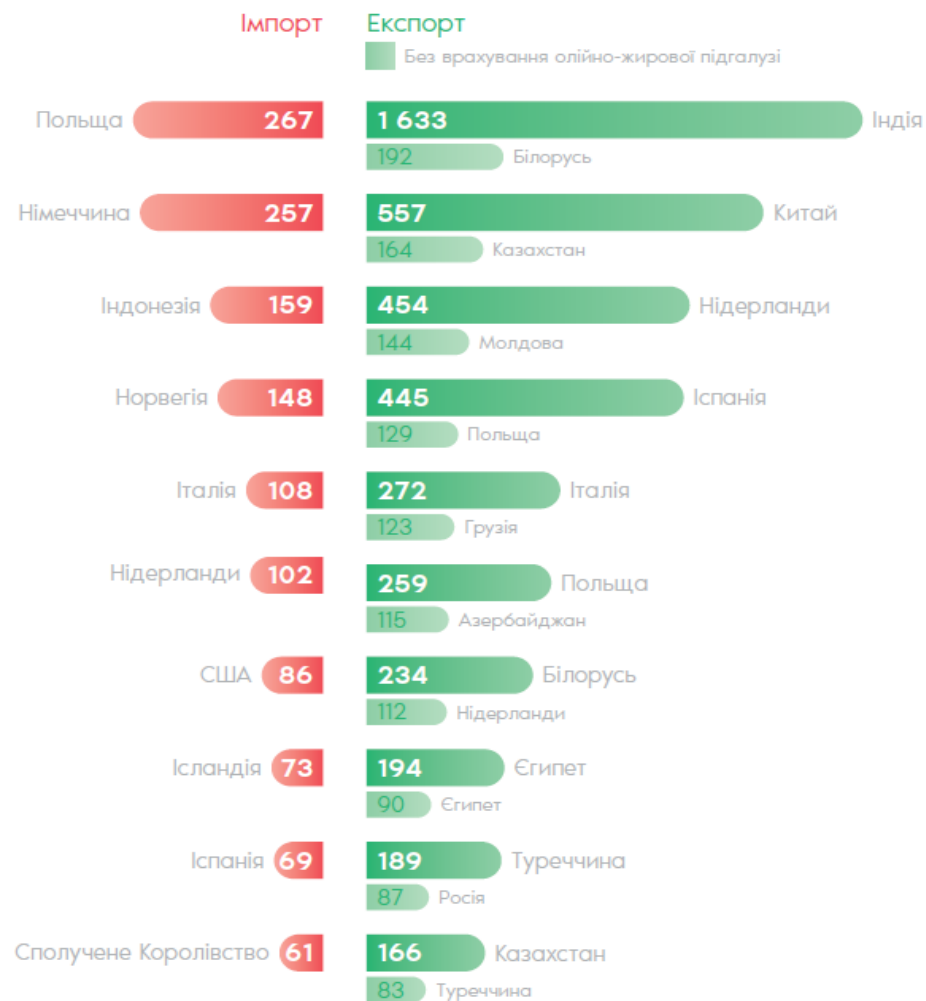
ТОРГІВЛЯ

НАПРЯМИ ТА САЛЬДО ЗОВНІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ

Сальдо зовнішньої торгівлі харчовими продуктами та напоями за підгалуззями, 2017 р., млн дол.



ТОП-10 напрямів зовнішньої торгівлі харчовими продуктами та напоями, 2017 р., млн дол.



Джерело: Держстат

Рис. 1.4. Сальдо зовнішньої торгівлі харчовими продуктами та напоями за підгалуззями [66, с. 11]

Аналіз рис. 1.2.–1.4. дозволяє стверджувати, що у структурі зовнішньої торгівлі харчовими продуктами та напоями кондитерська галузь посідає одне із чільних місць. Так, обсяги імпорту кондитерської продукції у 2013 й 2017 році були 232 млн доларів і становили 9,3 %, а в 2017 році зросли до 9,4 %. Обсяг експорту досліджуваної продукції відповідно склав 297 млн доларів й з 2013 року по 2017 рік знизився з 10,2 % до 4,1 %. Зауважимо, що українська кондитерська галузь є експортно орієнтованою (експорт солодощів в Україні значно перевищує імпорт). Загалом сальдо (різниця) між статтями експорту й імпорту солодощів склала 65 млн доларів (рис. 1.4), хоча з 2013 року по 2017 показник імпорту (у %) зріс, а експорту – знизився.

Продукція української кондитерської галузі експортується до більш ніж 50 країн світу. Були відкриті і продовжують відкриватися нові канали експорту. Основними споживачами українських солодощів є Азербайджан, Казахстан, Туркменістан, Білорусь, Молдова, Болгарія, Грузія. Це свідчить про визнання якості української продукції на ринку СНД [26].

Основний обсяг імпорту кондитерських виробів в Україну, традиційно, надходить із Російської Федерації та країн Євросоюзу, зокрема Польщі, Німеччини, Італії, Нідерланди, Бельгія та ін.

Що ж до ціни експорту та імпорту кондитерських виробів (рис. 1.3.), станом на 2017 рік, то обсяг імпорту склав 232 млн доларів (63 тисяч тон по 3,7 дол / кг), а обсяг експорту 297 млн доларів (149 тисяч тон по 2,0 дол. / кг).

За даними Державної фіскальної служби України [56] з 1 січня 2018 р. по 30 листопада 2018 р. кондитерські вироби з цукру без вмісту какао було імпортовано вартістю 39562 тисяч доларів вагою 11946 тон, а за цей же період експортовано 78711 тон вартістю 124600 тисяч доларів. Отже, за 11 місяців поточного року солодощів з цукру без вмісту какао вивезено на 66765 тон більше, ніж імпортовано. Динаміку за іншими видами кондитерської продукції у 2018 році подано в табл. 1.2. й проілюстровано на рис. 1.5., а динаміку експорту /імпорту з 2011 року по 2018 рік подано в табл. А. 1.1. і на рис. Б. 1.1. – Б. 1.9. (див. додатки А, Б).

**Сумарний обсяг імпорту та експорту деяких видів кондитерських виробів
за даними Державної фіскальної служби України [56]
(01.01.2018 – 30.11.2018)**

Кондитерська продукція	Імпорт (нетто, т)	Експорт (нетто, т)
Шоколад	24803	58514
Патока	80617	33773
Какао-порошок	13152	222
Какао-боби	15214	1
Какао-паста	13375	9370
Какао-масло і какао-жир	9147	1
Шкаралупа та інші відходи з какао	1128	0
Екстракти солодові, готові харчові продукти без/з какао	12116	38545
Кондитерські вироби з цукру без вмісту какао	11946	78711



Рис. 1.5. Обсяг імпорту / експорту деяких видів кондитерських виробів, 01.01.2018 – 30.11.2018 (тис. тон) (складено автором за даними Державної фіскальної служби України [56])

Отже, як видно з рис. 1.5. у поточному році основною експортною продукцією є кондитерські вироби з цукру без вмісту какао, екстракти солодові, готові екстракти солодові, готові харчові продукти без/з какао й шоколад, а основною імпортною продукцією є какао-боби, патока, какао-паста, какао-масло і какао-жир, шкаралупа та інші відходи з какао.

Підсумовуючи сказане вище, зазначимо, що кондитерські вироби споживає майже все населення країни. Наразі кондитерська галузь має потужний потенціал, є найменш вразливою до негативних економічних спадів і є однією з найрозвиненіших серед галузей харчової промисловості. За рахунок значної статті експорту вона здатна певною мірою забезпечити виживання господарства України.

Висновки до першого розділу

Теоретичне узагальнення й ретроспективний аналіз наукової літератури з досліджуваної проблеми дозволяють зробити такі висновки.

З'ясовано, що кондитерська галузь – це одна з найрозвинутіших галузей харчової промисловості, що займається виготовленням кондитерських виробів (харчових продуктів, які мають високий вміст цукру і виготовляються за спеціальними рецептами) на спеціалізованих підприємствах. Вона розвивалася у складних історичних умовах, пройшовши складний шлях від мануфактурного до автоматизованого промислового виробництва.

Встановлено, що нині вітчизняний ринок кондитерської продукції представляють більш ніж 800 компаній-виробників, але 2/3 всього ринку і 3/4 експорту контролюють «ROSHEN», «КОНТИ», «АВК», «Бісквіт-Шоколад», «Житомирські ласощі», «Монделіс Україна», «Полтавакондитер», «Світоч».

З'ясовано, що кондитерська галузь України значною мірою залежить від експорту і є висококонцентрованою. Сальдо експорту / імпорту солодошів у 2017 році становило 65 млн доларів. Продукція української кондитерської галузі експортується до більш ніж 50 країн світу, які знаходяться на 5 континентах. Нині відкриті і продовжують відкриватися нові канали експорту.

РОЗДІЛ 2

СУСПІЛЬНО-ГЕОГРАФІЧНА ХАРАКТЕРИСТИКА ВІТЧИЗНЯНОЇ КОНДИТЕРСЬКОЇ ГАЛУЗІ

2.1. Передумови розвитку кондитерської промисловості України

Відповідно до другого завдання нашого дослідження треба з'ясувати передумови, проблеми і перспективи розвитку вітчизняної кондитерської галузі. Задля цього вважаємо за потрібне дати визначення поняття «передумови».

Аналіз наукової літератури переконує, що серед науковців відсутній єдиний підхід до трактування цього поняття. Найчастіше «передумови» розуміють як: те, що є умовою іншого чого-небудь [62, с. 361]; припущення, яке сприймається як істинне [50], а іноді їх ототожнюють з «умовами», «чинниками», «факторами».

У межах кваліфікаційної роботи будемо виходити з того, що «передумови» – це певні умови, обставини, які є необхідними для виникнення й розвитку чогось іншого [3; 6; 8].

Науковці С. Іщук і О. Гладкий у «Географії промислових комплексів» [15] виокремлюють три групи передумов розміщення і територіальної організації промислових комплексів: природні, економічні й науково-інноваційні.

Услід за С. Іщуком і О. Гладким, на основі аналізу наукової літератури до *першої групи передумов* розвитку кондитерської галузі віднесемо *наявність сировини*.

Виробництво солодошів є інтенсивно-сировинним, оскільки частка матеріалів складає до 75 % собівартості продукції [4]. Кондитерський сектор використовує як вітчизняну, так і імпортовану сировину.

Як зазначалося вище, основною кондитерської галузі є сировина рослинництва і садівництва, а також тваринництва і птахівництва, оскільки ключовими рецептурними інгредієнтами кондитерських виробів є олія, жири,

цукор, борошно, вода, яйця, молоко. Крім того, під час приготування солодоців використовують проміжну продукцію інших галузей харчової промисловості, зокрема олію й жири (олійно-жирової), цукор (цукрової), борошно (борошномельно-круп'яної) тощо.

Імпортна сировина досліджуваної галузі охоплює какао-боби, горіхи, арахіс, екзотичні масла (кокосове, арахісове, пальмове тощо) й суміші тощо. Тому вітчизняний виробник є чутливим до кон'юнктури ринку (економічної ситуації, яка склалася на ринку відносно попиту, пропозиції, цін, становища конкурентів) какао-бобів, цукру, валютних ризиків [7].

Період, починаючи з 2012 року, характеризується кризою в країні, яка помітно змінила структуру кондитерського ринку країни. Коливання курсу долара сильно вплинуло на вартість імпортової сировини для виробництва борошняних кондитерських виробів і спровокувало перехід споживачів на дешеві продукти: крекери, пряники, вафлі. Оскільки виробляти дешеві продукти з дорогої сировини не вигідно, то зростання попиту на солодоці бюджетного сегменту призвело до зміни технології виробництва деяких популярних виробів (у липні 2016 зростання виробництва цукерок без вмісту какао збільшився на 3,5 %, перевищивши позначку в 17000 тон). Замість якісної імпортової сировини кондитери почали використовувати вітчизняну, або недорогі субститути (продукти-замінники). Окремі виробники взагалі відмовлялися від «бюджетних» солодоців, що і призвело до того, що частка дорогих «преміальних» виробів досягала за різними оцінками від 20 до 25 % всього ринку [2; 39; 40]. Так, в країні впало виробництво різних солодоців від 20 до 30 % за різними позиціями всього за шість місяців – з січня по липень (включно) 2015 року. Держстатом було зафіксовано ці зміни: зменшення виробництва шоколаду майже на 30 %, а печива на 24 %.

Проблема в тому, що головна сировина для виробництва шоколаду і якісних цукерок є на 100 % імпортною – йдеться про африканські какао-боби. Ціни на них в світовому масштабі залежать від природних чинників (агрокліматичних умов), які впливають на врожайність. У випадку ж з

Україною накладається і девальвація гривні. Падіння курсу національної валюти неминуче призведе до зростання ціни на какао, що купується на зовнішніх ринках виключно за долари [1].

У 2013 році прийняття Верховною радою України Закону «Про внесення змін до Митного тарифу України» обумовило помітне послаблення позицій кондитерської галузі у шоколадному сегменті. Пов'язано це було передусім з тим, що Закон передбачав зростання ставки ввізного мита з 5 % до 10 % на низку товарів, зокрема какао-порошок, який є сировиною [38].

Не менш важливою є *друга група передумов - економічних*. До них належать *споживачі, збут продукції та розподіл ринку*. За даними дослідників [63] рівень вітчизняного споживання солодошів є нижчим, ніж у країнах європейського Союзу, що обумовлено нижчою купівельною спроможністю. Ринок шоколаду та шоколадних цукерок виявляється є дуже чутливим до покращення й погіршення економічної ситуації. Якісна продукція шоколадного сегменту має більшу вартість, а тому під час економічних криз «поступається в споживацьких уподобаннях продукції цукрового сегменту. При цьому останнім часом попитом на вітчизняному ринку користуються складні (комбіновані) кондитерські вироби» [63, с. 70].

Не менш важливим є *збут продукції*. М. Шашина та І. Мрочко зазначають, що розвиток кондитерської галузі повною мірою залежить від відносин кондитерів-виробників з роздрібними мережами. «Враховуючи дефіцит торгових площ та невелику кількість великих торговельних мереж, останні здатні диктувати кондитерам свої умови» [63, с. 70].]

Розподіл ринку. Для вітчизняного ринку солодошів характерна висока концентрація. Так, до 2014 року 2/3 ринку контролювали близько десяти компаній, зокрема «ROSHEN», «КОНТИ», «АВК», «Бісквіт-Шоколад», «Житомирські ласощі», «Монделіс Україна», «Полтавакондитер», «Світоч» [1; 2; 4; 17]. Унаслідок військових дій на сході України з 2014 року децю втратили свої позиції на вітчизняному ринку кондитерських виробів компанії «КОНТИ» і «АВК» через втрату ринків збуту. Нині для галузі характерна висока якість продукції,

тон на ринку ласощів певною мірою задає «ROSHEN». Дехто з дослідників навіть говорить про наявність тенденції до олігополістичності ринку.

Перспективним кроком у розширенні географії солодоців вважається завоювання міжнародного ринку, зокрема азійського. Цей регіон викликає зацікавлення у виробників у зв'язку з високою щільністю населення, а виробник у свою чергу приваблює якісною продукцією.

До третьої групи передумов розвитку кондитерської галузі (науково-інноваційних) ми віднесли розширення асортименту «корисних» солодоців, наявність креативної упаковки та удосконалення виробництва.

Зовнішній вигляд солодоців є дуже важливим на ринку кондитерських виробів. Так, орієнтуючись на країни Азії як ринок збуту, треба враховувати той факт, що вони лідери креативних упаковок й етикеток. Слабкою ланкою вітчизняного виробництва є також асортимент «корисних солодоців», зокрема пастила, натуральних солодоців, цукерок з цукрозамінниками тощо.

Науковці прогнозують, що найближчим часом концентрація виробництва буде збільшуватися [1; 2; 9], оскільки основною передумовою розвитку кондитерської галузі є удосконалення виробництва, орієнтоване на випуск якісної конкурентоздатної продукції, що є посиленням лише для крупних виробників.

2.2. Динаміка кондитерського виробництва

Кондитерська галузь – це важлива галузь національної економіки, одна з найрозвиненіших у структурі харчової промисловості. Вона спеціалізується на виробленні борошняних, шоколадних і цукрових кондитерських виробів. Обсяги виробництва солодоців «дозволяють не тільки забезпечувати потреби внутрішнього ринку, а й створюють значний експортний потенціал» [1, с. 3].

Як зазначалося вище основними рисами вітчизняної кондитерської галузі є: залежність від експорту; зміна географічної структури експорту продукції (з 2014 р.) зумовлена суспільно-політичними подіями; висока концентрація ринку; інтенсивно-сировинне виробництво [4].

Основними лідерами на сучасному кондитерському ринку є підприємства подані в табл. 2.1., які мають різні темпи розвитку (рис. 2.1.).

Таблиця 2.1.

Лідери вітчизняного кондитерського виробництва [1]

Характеристики	Кондитерське підприємство
Кондитерська корпорація «Рошен» [48]	
Інформація про підприємство	Найбільший український виробник кондитерських виробів. У склад входять Київська, Вінницька, Маріупольська та Кременчуцька кондитерська фабрики
Спеціалізація	Понад 320 найменувань кондитерської продукції, наприклад шоколадні та желейні цукерки, карамель, тістечка та торти, шоколадні плитки та батончики, печиво, вафлі, бісквітні рулети, ірис. Загальний обсяг виробництва продукції сягає близько 300 тисяч тон на рік.
Країни, куди експортується продукція	США, Канада, Європа, Ізраїль, Грузія, Китай, Японія, Корея, Казахстан, Вірменія та інші країни.
Конкурентні переваги	Довіра та лояльність споживачів, репутація бренду, якість продукції, інвестування в обладнання, висококваліфікований персонал, найновіші технології, PR на високому рівні, розміщення у столиці, великий досвід на ринку кондитерських виробів, сертифікат ISO.
Компанія «АВК» [43]	
Інформація про підприємство	Була заснована у 1991 року, але як повноцінний концерн сформувалася в 1996 році, через те, що компанія послідовно придбала 5 фабрик (у Донецьку, Дніпропетровську, Луганську, Мукачеві). Основний завод АВК розташований у місті Дніпро. Компанія має сертифікати відповідно до міжнародної системи менеджменту якості ISO 9000, ISO 22000. У 2017 році отримали міжнародний стандарт IFS, що дає змогу продавати солодоці у Європейському Союзі.
Спеціалізація	Шоколад, шоколадні цукерки, злакові солодоці та снеки, желейно-жувальні смаколики та інше.
Країни, куди експортується продукція	Чехія, Німеччина, Нідерланди та Іспанія.
Конкурентні переваги	Виготовлення на сучасному високотехнологічному обладнанні, залучення як українського та іноземного капіталу, якість продукції, інвестиції в розробку новітніх продуктів для українського ринку, PR менеджмент на високому рівні, інноваційні розробки, високваліфіковані кадри, катується на зовнішньому ринку. 25%
ПрАТ «Домінік» [1; 2; 40; 41]	
Інформація про підприємство	Існує 80 років. За цей час вона стала потужним конкуренто-спроможним підприємством, на якому працює близько 2700 осіб. У 2000 році американський інвестиційний фонд Sigma Bleyzer почав тісно співпрацювати з компанією Полтава-кондитер, а вже наприкінці 2003 року компанія увійшла в п'ятірку лідерів за обсягами виробництва.

Спеціалізація	Печиво та шоколад
Країни, куди експортується продукція	Казахстан, Литва, Азербайджан, Литва, Молдова, Грузія, Казахстан, Росія
Конкурентні переваги	Іноземні інвестиції, висока якість продукції, PR на високому рівні, високотехнологічні лінії, висококваліфікований персонал, відповідний контроль якості продукції.
КОНТІ [45]	
Інформація про підприємство	«Кондитерські технології та інвестиції» засновано 1996 року. До складу входять 4 фабрики (Донецька, Костянтинівська, Горлівська, Курська). На початку 2004 року Київ-Конті купила Курську кондитерську фабрику «Кондитер-Курск» (Росія).
Спеціалізація	Виробляє всі сегменти. Особливо борошняні кондитерські вироби (до 70% виробництва).
Країни, куди експортується продукція	Німеччина, Ізраїль, Польща, Латвія, Греція, Ірак, Ємен, Азербайджан, Грузія, Естонія та інші.
Конкурентні переваги	Активна інвестиційна політика, обумовлює лідерство на кондитерському ринку, впровадження інноваційних технологій (у виробництві, продажах, логістиці, IT), PR на високому рівні, модернізація виробничих потужностей, сертифікат ISO
Корпорація «Бісквіт шоколад» [44]	
Інформація про підприємство	Корпорація була створена у 2004 році і стала однією з найбільших кондитерських підприємств в Україні. Вона об'єднала засновану в 1896 році найстарішу кондитерську фабрику «Харків'янка» і засновану в 1935 р Харківську бісквітну фабрику.
Спеціалізація	Борошняні та цукристі кондитерські вироби
Країни, куди експортується продукція	Країни СНД, Західна Європа, Близький Схід, Америка та Китай.
Конкурентні переваги	Репутація бренду, мотивація працівників (мають акції підприємства), високоякісна продукція, збільшення різновидів продукції, сертифікат ISO, досвід роботи на зовнішніх ринках.
Світоч – Нестле	
Інформація про підприємство	У 1998 році швейцарська компанія Nestle придбала львівську фабрику «Світоч». Це призвело до нових маркетингових технологій та оновлення маркетингової стратегії і дизайну упаковки.
Спеціалізація	Приблизно 100 найменувань «кондитерських виробів»
Країни, куди експортується продукція	Казахстан, Киргизстан, Литва, Білорусь, Грузія, Росія
Конкурентні переваги	Відомість бренду, інвестиційні потоки, сучасний менеджмент та маркетинг, зарубіжне обладнання та технології, висока якість продукції.

Компанія «Монделіс Україна»	
Інформація про підприємство	«Монделіс Україна» належить до групи компаній Mondelez International. До 2014 року компанія мала назву «Крафт Фудз Україна». В 1994 році компанія придбала кондитерську Тростянецьку шоколадну фабрику і у 1995 році випустив шоколад під назвою «Корона». На сьогодні в компанію інвестовано 75 млн. доларів.
Спеціалізація	Молочний та чорний шоколад найвищого ґатунку (більше 32% загального обсягу ринку). Бренди: «Корона», MILKA; «Ведмедик «Барні», TUC, «Belvita!Добрий Ранок!»; «ЛЮКС»; DIROL.
Країни, куди експортується продукція	Молдова, Білорусь, Грузія, Вірменія та Азербайджан, Казахстан, Узбекистан, Киргизстан, Таджикистан, Туркменістан та Монголія.
Конкурентні переваги	Іноземні інвестиції до 200 млн. дол., PR на високому рівні (агресивна реклама), напрацьовані правила та процедури ведення бізнесу.

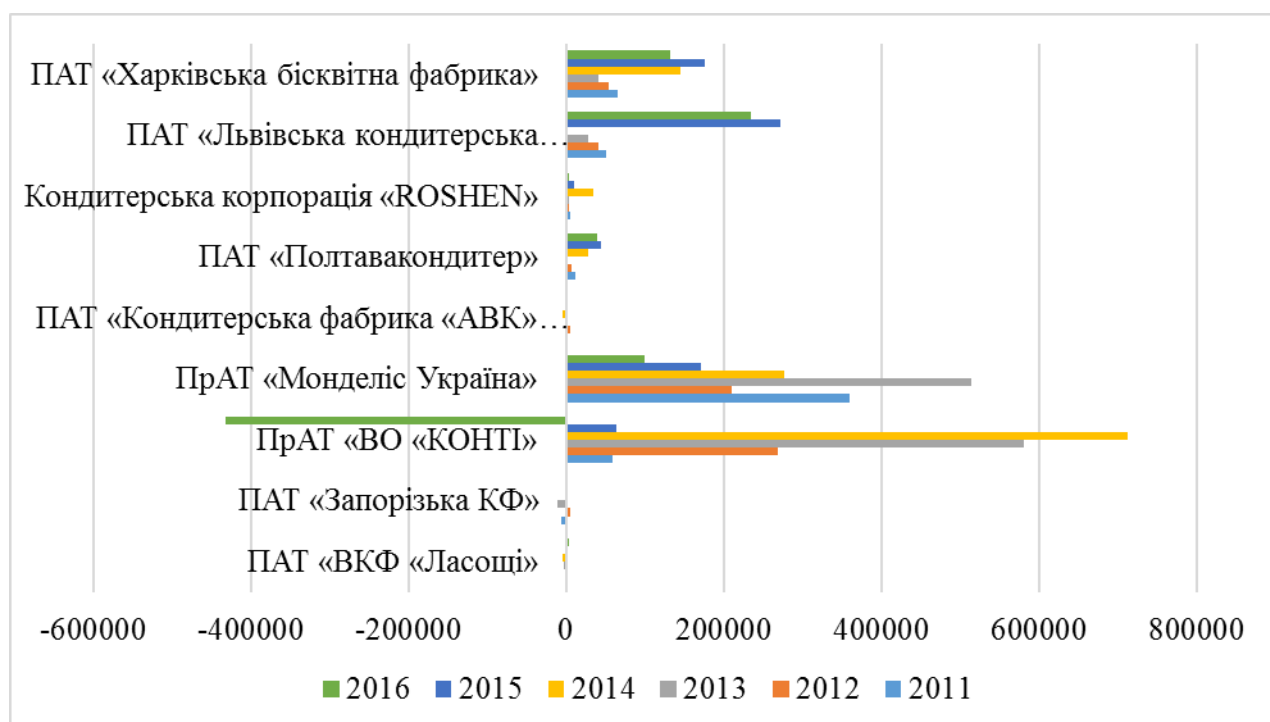


Рис. 2.1. Динаміка чистого прибутку підприємств галузі за 2011–2016 рр. (складено автором за даними О. Бассової [4])

Рис. 2.1. ілюструє, що загальна тенденція розвитку галузі по-різному відбивається на результатах діяльності окремих її підприємств. Так, на одних підприємствах спостерігається зростання прибутків, а на інших – спадання.

Досить виразною є динаміка 2014–2016 рр.: стабільний рівень розвитку характерний був для кондитерської корпорації «ROSHEN»; підйом у виробництві простежувався в ПрАТ «Монделіс Україна» (2014 р.), ПАТ «Полтавакондитер», ПАТ «Харківська бісквітна фабрика» (2015 р.); спадання виробництва – ПАТ «ВКФ «Ласоці», ПАТ «Запорізька КФ», ПАТ «Кондитерська фабрика «АВК м. Дніпро»; ПАТ «Львівська кондитерська фабрика «Світоч», після різкого падіння прибутку у 2014 році, в 2015 році отримала найбільший прибуток за останні 6 років [4; 39; 42; 51–53; 54].

Загальний стан виробництва окремих видів продукції з 2003 р. по 2017 р. подано на рис. 2.2. – 2.5. та табл. 2.2.



Рис. 2.2. Виробництво окремих видів кондитерської продукції, 2003–2010 рр. (складено автором)

Виробництво окремих видів кондитерської продукції (2011–2017 рр.)

(складено автором на основі даних Держстату [10])

Найменування продукції за Номенклатурою продукції промисловості (НПП) [37]	Одиниця вимірювання	Вироблено (валовий випуск)						
		2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Хліб та вироби хлібобулочні, нетривалого зберігання	млн. тон	1,8	1,7	1,6	1,4	1,2	1,2	1,1
Печиво солодке (уключаючи сендвіч-печиво; крім частково чи повністю покритого шоколадом або іншими сумішами, що містять какао)	тис. тон	229	241	237	184	167	163	177
Вафлі та вафельні облатки (уключаючи солоні; крім частково чи повністю покритих шоколадом або іншими сумішами, що містять какао)		65,4	72,4	74,6	54,3	47,9	49,5	51
Шоколад у брикетах, пластинах чи плитках (крім шоколаду з начинкою, шоколаду з доданням зерен зернових культур, фруктів чи горіхів та шоколадного печива)		19,1	22	27,5	21,8	16,5	16,5	18,6
Цукерки шоколадні (крім цукерок із вмістом алкоголю, шоколаду в брикетах, пластинах чи плитках)		147	143	130	86,4	59,5	52,3	53,3
Вироби кондитерські з цукру чи його замінників, з вмістом какао (уключаючи шоколадну нугу; крім білого шоколаду)		123	117	105	83,5	77,2	70,3	70,3
Гумки, фруктові желе та фруктові пасти у вигляді кондитерських виробів з цукру (крім жувальної гумки)		46,6	50,7	43,8	39,1	39	39,7	41
Цукерки варені		36,7	35,8	34,3	26,6	27,3	29,3	23
Карамелі, тофі (ірис) та солодощі аналогічні		87,8	85,1	74,4	70,5	83,7	75,6	78,2

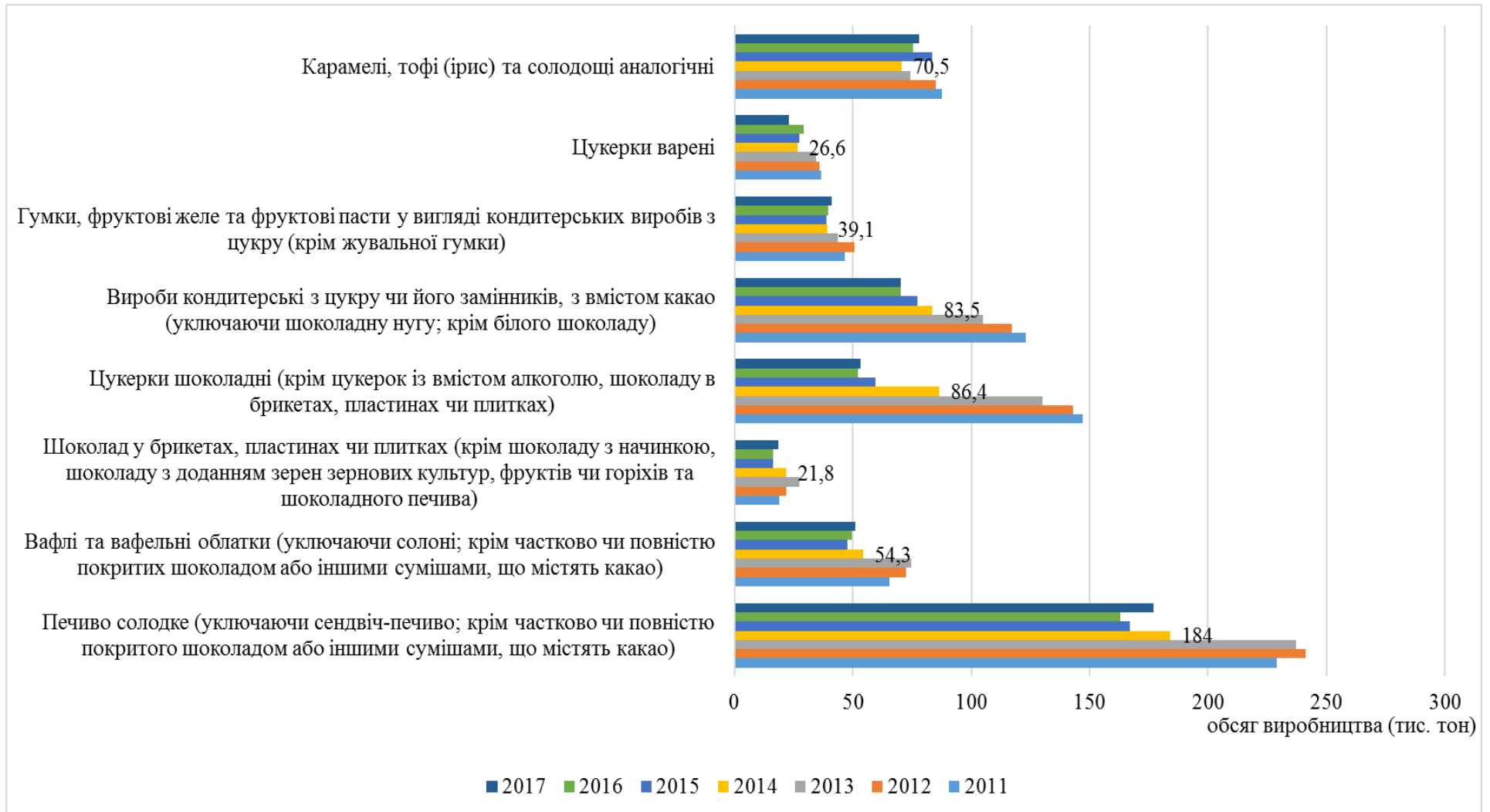
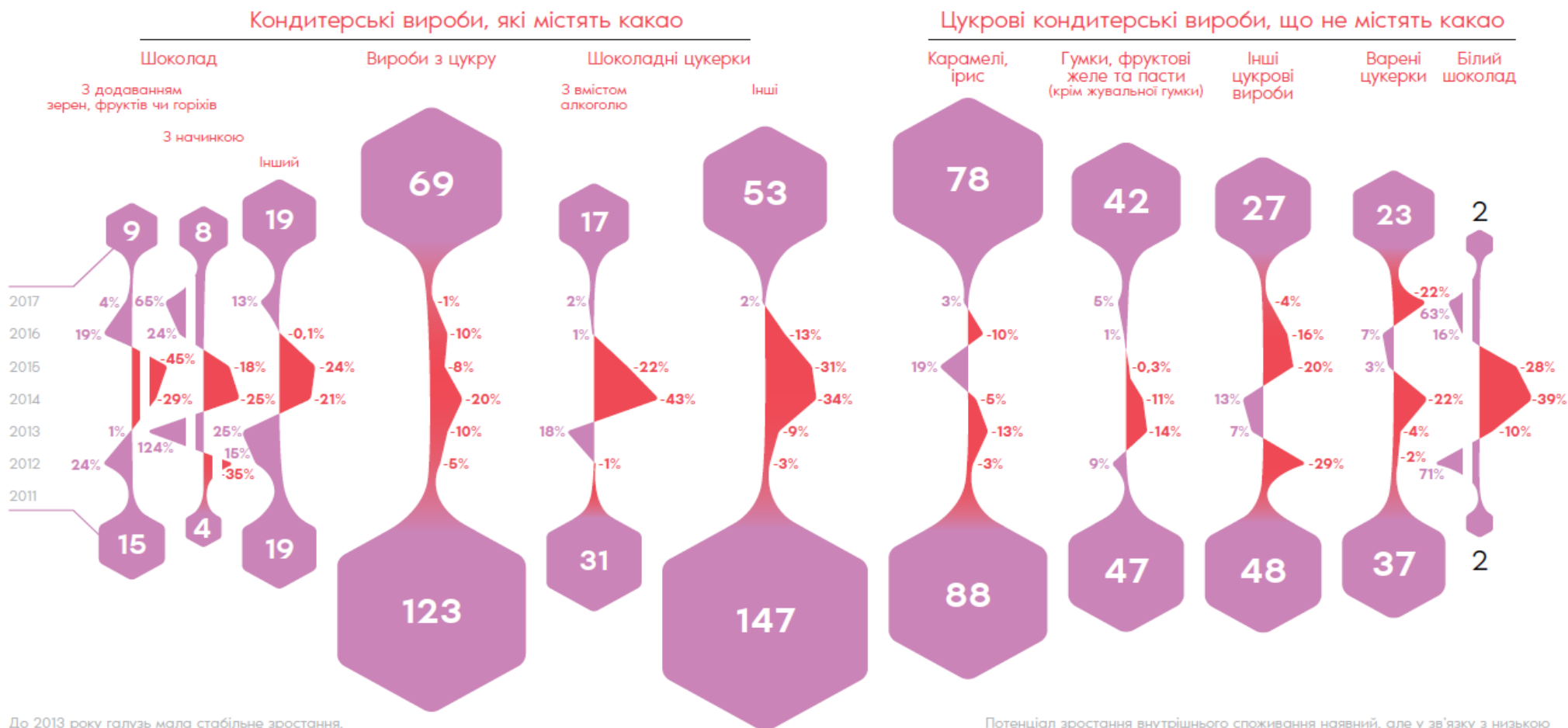


Рис. 2.3. Виробництво окремих видів кондитерської продукції, 2011–2017 рр. (складено автором)

СОЛОДОШІ

ВИРОБНИЦТВО КОНДИТЕРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ

Розподіл та динаміка виробництва кондитерської продукції,
2011–2017 рр., тис. тонн



До 2013 року галузь мала стабільне зростання, але з 2014-го розпочалось зменшення виробництва. Основна причина – втрата експортного ринку Росії та ускладнення експорту до країн СНД, що здійснювався транзитом через Росію

Джерело: Держстат

Потенціал зростання внутрішнього споживання наявний, але у зв'язку з низькою купівельною спроможністю населення він незначний. Основним базисом росту галузі може стати зростання експорту. Але враховуючи зменшення завантаженості виробничих фондів до менш ніж 50%, конкурентоспроможність галузі суттєво зменшилась із падінням рентабельності



Рис. 2.4. Розподіл та динаміка виробництва кондитерської продукції [66, с. 70]

СОЛОДОЩІ

ТОРГІВЛЯ КОНДИТЕРСЬКИМИ ВИРОБАМИ

Імпорт та експорт різних категорій кондитерських виробів та основні напрями торгівлі,
2017 р., тис. тонн

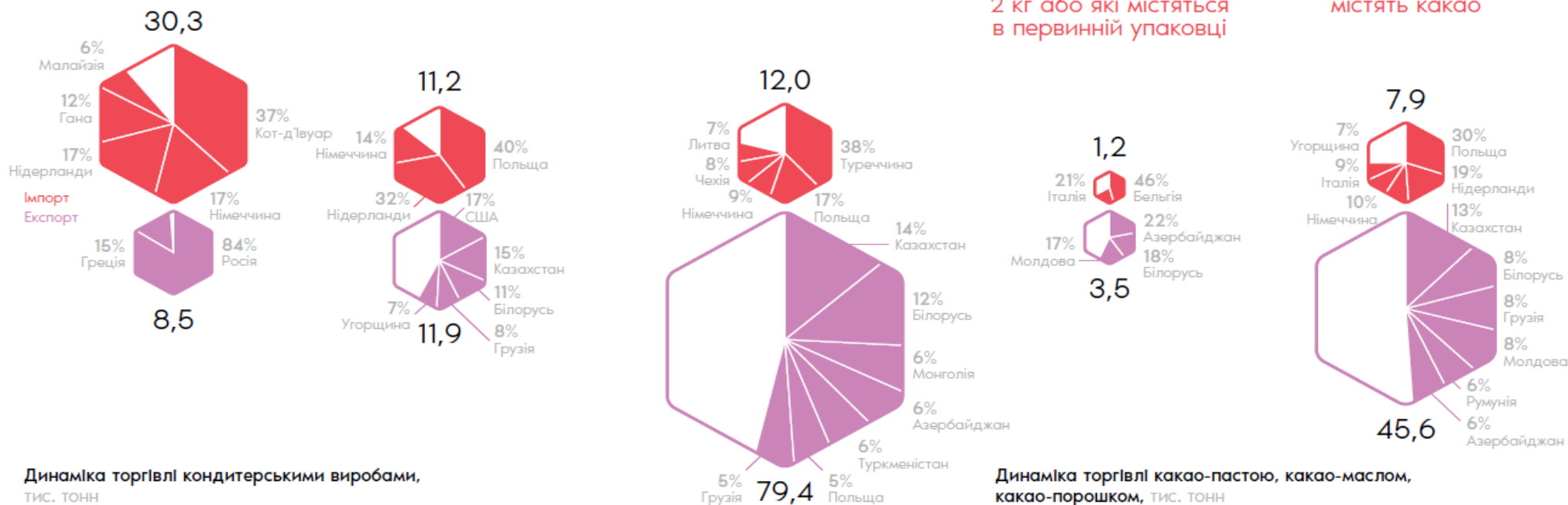
Какао-паста, какао-масло,
какао-жир, какао-порошок

Шоколад чи
батончики

Цукрові
вироби

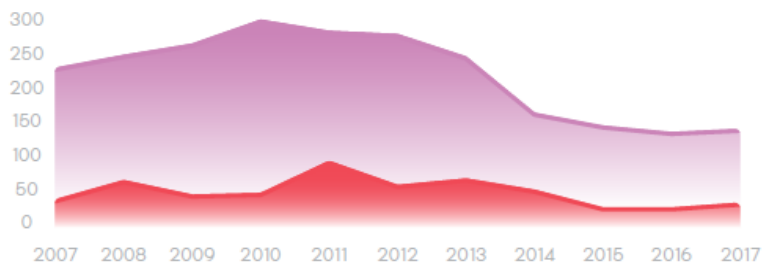
Готові вироби з вмістом
какао масою понад
2 кг або які містяться
в первинній упаковці

Інші готові
вироби, які
містять какао



Динаміка торгівлі кондитерськими виробами,
ТИС. ТОНН

— експорт — імпорт

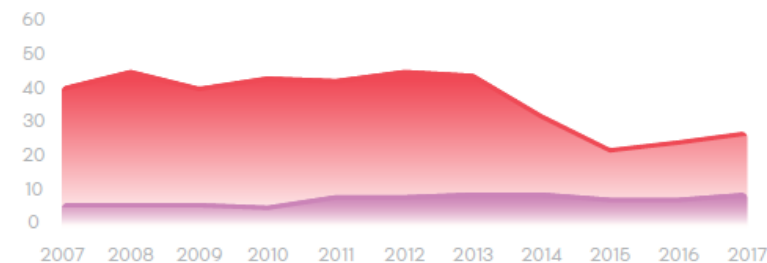


Джерело: Держстат

Падіння експорту зумовлено втратою російського ринку. Швидке відновлення до попереднього рівня ускладнюється логістичними проблемами в Україні та східному напрямку. Для виходу на високоплатоспроможні та висококонкурентні ринки розвинених країн необхідно 7-10 років активного інвестування, що складно, враховуючи загальну економічну нестабільність в Україні та відсутність необхідних обсягів коштів для інвестицій

Динаміка торгівлі какао-пастою, какао-маслом,
какао-порошком, ТИС. ТОНН

— експорт — імпорт



ACC

AEQUO

Raiffeisen BANK AVAL

Рис. 2.5. Імпорт та експорт різних категорій кондитерських виробів та основні напрями торгівлі [66, с. 71]

Рис. 2.4 і 2.5. взято з довідника «Food industry in Ukraine» [66, с. 70–71], (автор довідника – контент-маркетингове агентство Top Lead за підтримки партнерів: Американської торговельної палати в Україні, юридичної фірми AEQUO та «Райффайзен Банк Аваль». Інформаційний та аналітичний партнер – BusinessViews).

Аналіз рис. 2.4 й 2.5. унаочнюють стан вітчизняного кондитерського виробництва – 2011 по 2017 рр. і переконують, що до 2013 року характерне було зростання показників, а з 2014 року виробництво пішло на спад. Так, якщо у 2011 році показник виробництва шоколаду (з додаванням зерен, фруктів чи горіхів) становив 15 тисяч тон до 2017 р. він знизився до 9 тисяч тон. Водночас виробництво шоколаду з начинкою зросло від 4 тисяч тон до 8, а виробництво інших видів шоколаду залишилося без змін. Суттєве скорочення обсягів спостерігалось й у виготовленні виробів з цукру (що містять какао) – з 123 тисяч тон у 2011 році показник знизився до 69 тисяч тон у 2017 році.

Темпи випуску шоколадних цукерок з вмістом алкоголю знизилися від 31 до 17 тисяч тон, а інших різновидів шоколадних цукерок з 147 тисяч тон у 2011 р. до 53 тисяч тону 2017 р.

Виробництво цукрових кондитерських виробів, що не містять какао також поступово знизилось. Так, карамелі й ірис було випущено на 10 тисяч тон менше (з 88 до 78), гумок, фруктових желе та пасти (крім жувальної гумки) менше на 5 тисяч тон (з 47 до 42), інших цукрових виробів на 21 тисячу тон менше (з 48 до 27), варених цукерок менше на 14 тисяч тон (з 37 до 23). Відносно стабільним виявився випуск білого шоколаду з обсягом 2 тисячі тон.

Незважаючи на загальний спад у виробництві вітчизняних солодошів, який був певною мірою зумовлений політико-економічними змінами й зниженням купівельної спроможності населення, фахівці зауважують, що «основним базисом росту галузі може стати зростання експорту. Але враховуючи зменшення завантаженості виробничих фондів до менш ніж 50 %, конкурентоспроможність галуззі суттєво зменшилась із падінням рентабельності» [66, с. 70].

Аналіз рис. 2.5. дозволяє стверджувати, що у 2017 році показники експорту також знизилися, що зумовлено втратою російського ринку, а вихід на висококонкурентний ринок можливий за умови активного інвестування галузі.

2.3. Проблеми і перспективи розвитку кондитерської галузі України

Економіко-політична нестабільність, що виникла в Україні у зв'язку з воєнними діями на Сході, суттєво вплинула на розвиток багатьох галузей українського виробництва, виключенням не стала і кондитерська індустрія. У зв'язку з цим, актуальності набуває аналіз основних проблем та визначення перспектив розвитку означеної галузі.

Аналіз наукових джерел переконує, що основними причинами проблемного становища даної промисловості є:

- 1) девальвація гривні та обмежена інвестиційна діяльність;
- 2) зниження попиту на кондитерські товари передусім через зниження купівельної спроможності населення;
- 3) закриття одного з головних ринків збуту – Росії й ускладнення експорту у зв'язку з проблемами транзиту у країни СНГ через РФ4
- 4) зростання вартості сировини через старіння плантацій какао (Індонезія, Бразилія, Еквадор тощо);
- 5) проведення бойових дій на сході України, анексія Криму та ескалація напруги в міжнародному політичному середовищі [2];
- 6) загострення конкуренції, внаслідок встановлення зони вільної торгівлі між ЄС та Україною; скасування мит на імпорту кондитерських виробів з країн ЄС очікувано призведе до збільшення присутності іноземних виробників на ринку солодоців України [2];
- 7) зростання боргового навантаження окремих виробників через скорочення прибутків й залежність від імпортової сировини.

Зниження рівня попиту на кондитерську продукцію зумовило скорочення виробництва деяких видів кондитерських виробів (шоколадні та борошняні) на 18–21 % [51], про що зазначалося вище.

Позначилася на виробництві й складна ситуація на сході держави, адже в зоні Сил спеціальних операцій (ССО, попередньо АТО) вироблялося майже 18 % (до 180 тисяч) від загального обсягу кондитерського виробництва в

Україні. Ще одним ударом для даної галузі стало закриття заводів у 2014–2015 рр. таких провідних українських лідерів кондитерського ринку як «АВК» і «КОНТІ». Ці дві компанії є важливими артеріями кондитерської промисловості, адже поряд з «ROSHEN», «Світоч» (Nestle), «Монделіс Україна», «Бісквіт-Шоколад», «Житомирські ласощі», «Полтавакондитер» вони контролювали дві третини всього ринку і три чверті експорту [1; 17; 51].

Як видно з рис. 2.6. та рис. В.2.1. (див. додаток В) «Структура попиту на кондитерські вироби на внутрішньому ринку України» у 2014 р. була представлена таким чином, що для Сходу був властивий найвищий показник попиту на солодощі.

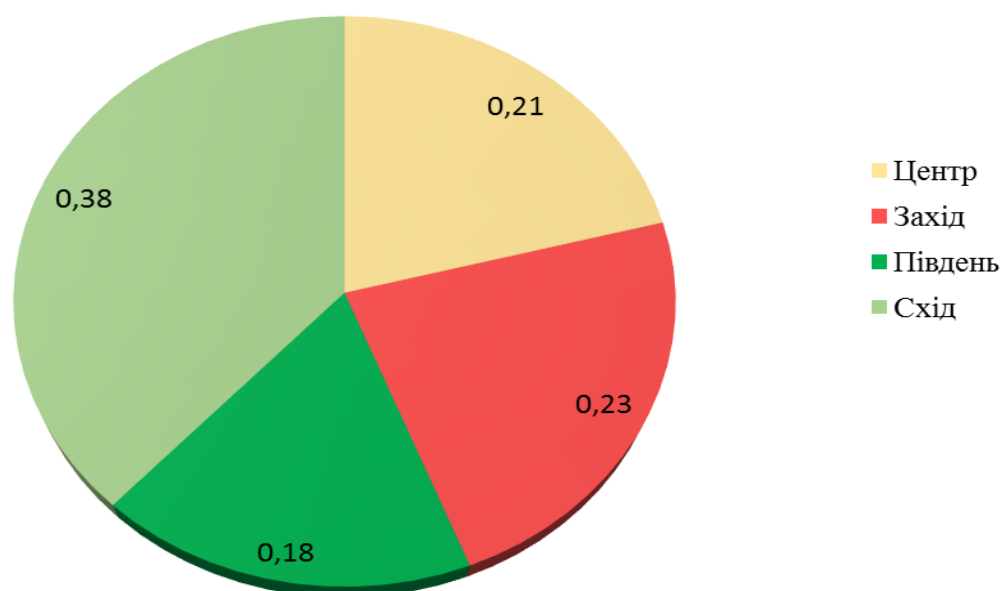


Рис. 2.6. «Структура попиту на кондитерські вироби на внутрішньому ринку України» у 2014 р.

Красномовно свідчать про масштаб проблем даної галузі обліково-статистичні дані Державної служби статистики України, які демонструють обсяги поставок українських кондитерських товарів на зовнішній ринок (подано у підрозділах 1.2. і 2.2.). Станом на 2013 р. було експортовано 407 тисяч тон на 1 млрд. доларів, а у 2015 році всього 233,7 тисяч тон на 391,4 млн. доларів, тобто обсяг експорту за два роки знизився удвічі, а прибуток майже втричі. Однією з основних причин такого спаду попиту української

продукції на світовому ринку стало витіснення російськими кондитерами українського виробника з ринків Середньої Азії [1; 17].

Не дивлячись на труднощі, які спіткали вітчизняний ринок солодоців останнім часом «підприємці роблять все можливе, щоб утримати статус виробників високоякісного продукту» [58, с. 126].

Теоретично узагальнивши наукову літературу з проблеми дослідження, окреслимо перспективи розвитку, та можливі напрями подальшої реалізації продукції на іноземних ринках.

1. Тенденція введення новинок (нові смаки, нові бренди), та розподілення часток між видами солодоців, адже основний акцент при цьому потрібно робити на шоколадні вироби, а не борошняні, які є основними зараз для українських виробників.

2. Орієнтація на споживачів європейського й американського ринків. Особливу увагу треба звернути на Польщу, де велика українська діаспора, для якої продукція нашого виробника є знайомою. Але тут існують свої складнощі, адже ринок дуже конкурентний. Не варто залишати поза увагою й південно-східну частину Азії, адже великі надії кондитери покладають на Китай, Таїланд, Південну Корею та В'єтнам [17; 27; 31; 35; 38; 51].

3. Зміна зовнішнього виду товарів. Азійський регіон є лідером із споживання шоколаду, українська якість даного сегменту висока, але азійські товари – лідери креативної упаковки, і щоб завоювати даний ринок, потрібно покращити дизайн етикеток.

4. Створення конкурентоспроможних «корисних солодоців», тобто товарів для діабетиків, на основі цукрозаамінників.

Українська кондитерська промисловість вже довела свою конкурентоспроможність на внутрішньому і намагається зробити це на зовнішньому ринку. Втрата ринка збуту в Криму та на території ССО, а також закриття російського ринку і перепони транзиту через РФ суттєво позначилися на стані вітчизняної кондитерської галузі, але натомість треба зазначити, що якість продукції тримається на високому рівні Український

ринок відкрити для нового, у ньому достатньо незаповнених ніш і варіантів для розвитку.

Висновки до розділу 2

На основі теоретичних джерел з проблеми дослідження й аналізу фактологічного матеріалу (дані Держстату, Державної фіскальної служби України тощо) встановлено, що для успішного функціонування ринку солодоців необхідно враховувати природні (наявність сировини), економічні передумови (споживач, збут продукції, розподіл ринку) та науково-інноваційні (розширення асортименту, удосконалення виробничих ліній, активізація інноваційної діяльності, оновлення й модернізація виробничих засобів та розроблення конкурентоспроможної продукції).

З'ясовано, що попри значні передумови для розвитку кондитерської галузі починаючи з 2104 року для неї притаманний спад у виробництві й експорті більшості видів солодоців.

Теоретично узагальнено, що основними проблемами розвитку досліджуваної індустрії є девальвація гривні та обмежена інвестиційна діяльність; зниження попиту на кондитерські товари; закриття головного ринку збуту; ускладнення експорту; зростання вартості сировини; ескалація напруги в міжнародному політичному середовищі; загострення конкуренції, внаслідок встановлення зони вільної торгівлі між ЄС та Україною; зростання боргового навантаження окремих виробників через скорочення прибутків й залежність від імпортової сировини. Відновлення втрачених позицій вітчизняних виробників на внутрішньому і зовнішньому ринках можливе передусім шляхом активного інвестування галузі, розширення асортименту «корисних» солодоців, розроблення креативної упаковки та удосконалення й модернізації виробництва.

РОЗДІЛ 3

МУЛЬТИМЕДІЙНА ПІДТРИМКА ВИВЧЕННЯ ВІТЧИЗНЯНОЇ КОНДИТЕРСЬКОЇ ГАЛУЗІ У КУРСІ «УКРАЇНА І СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО»

3.1. Вивчення стану досліджуваної проблеми у практиці загальноосвітньої школи

Аналіз наукових праць (О. Басової [4], В. Мартиновського [29], О. Мозгової [32], М. Наумової [58], А. Носова [38], А. Тарасевича [57], А. Тичинської [58], Ю. Сьоміної [29]) та обліково-статистичних даних, поданих на сайті Державної служби статистики України [10], переконують, що вітчизняне кондитерське виробництво останнім часом зазнало суттєвих змін, які пов'язані з політичною нестабільністю, економічною кризою, знеціненням національної валюти, підвищенням цін на продукти харчування й зменшенням купівельної спроможності населення. Проте, навіть в таких складних соціально-економічних умовах означена галузь продовжує залишатися конкурентоздатною не лише на вітчизняному ринку харчової продукції, але й на міжнародному ринку солодощів.

В оновлених «Навчальних програмах для загальноосвітніх навчальних закладів України» (Київ, 2017), які було затверджено Наказом МОНУ № 804 від 07.06.2017 р. [36] зазначається, що під час вивчення у 9 класі курсу «Україна і світове господарство» учнів варто орієнтувати на «формування знань про безпечність товарів та послуг, споживачами яких є школярі» [36, с. 16], а також розвивати у них «пізнавальний інтерес ..., самостійну навчальну діяльність шляхом пошуку та опрацювання географічної і статистичної інформації з різних джерел» [36, с. 13]. Реалізації згаданих вище завдань може сприяти більш детальне вивчення вітчизняної кондитерської галузі.

Робота над третім розділом кваліфікаційної роботи передбачала розгляд методичного аспекту даної проблеми. Задля цього було здійснено дослідницьку роботу, яка проводилася поетапно. Так, на першому етапі

вивчався стан досліджуваної проблеми у практиці роботи КЗОШ № 8. На другому здійснювалися теоретичне узагальнення методичних особливостей вивчення вітчизняної кондитерської галузі у курсі «Україна і світове господарство» й систематизація мультимедійного контенту з пропонованої теми у вигляді електронного посібника для вчителів (на основі TurboSite).

Під час першого етапу дослідницької роботи вирішували такі завдання:

- 1) проаналізувати чинну навчальну програму з географії;
- 2) виявити частку запитань, присвячених кондитерській галузі, наявних у завданнях зовнішнього незалежного оцінювання;

- 3) з'ясувати шляхом бесіди характер труднощів, з якими зустрічаються вчителі та учні під час вивчення кондитерської галузі України;

- 4) виявити рівень знань учнів з окресленої проблематики/

Під час вивчення практичного стану досліджуваної проблеми нами використано сукупність таких *методів дослідження* як аналіз навчальної програми з географії, спостереження за процесом вивчення географії, бесіда з учителем, тестування учнів.

Під час розв'язання першого завдання дослідницької роботи було проаналізовано навчальну програму за 9 клас «Україна і світове господарство» [36]. З'ясувалося, що кондитерське виробництво розглядається у розділі III «Вторинний сектор господарства». У ньому були виявлені аспекти, які можуть прямо або опосередковано стосуватися теми кондитерської промисловості. Встановлено, що у навчальній програмі означена тема зустрічається у деяких компонентах, передусім – *знанневому* коли учні називають складові харчової промисловості (у тому числі кондитерської), наводять приклади традиційних виробництв харчових продуктів різних країн світу, пояснюють розміщення в Україні підприємств харчової промисловості у малих містах, селищах міського типу і великих селах, тощо.

Реалізація *діяльнісного компоненту* передбачає показ на карті найбільших центрів виробництва харчових продуктів (наприклад філіали

«АВК» та «ROSHEN»), характеристику чинників розміщення підприємств, що виробляють харчові продукти, висвітлення особливостей технологій серед інших і кондитерського виробництва. Учні мають характеризувати особливості виробництва окремих видів продукції харчової промисловості, аналізувати карту харчової промисловості України.

Реалізація *ціннісного компоненту* передбачає оцінення учнями місця України на світовому й європейському ринках продовольства (зазначають, що українські виробники входять до міжнародного рейтингу Candy Industry Top 100); надають перевагу продуктам харчування українського виробництва над іншими під час планування покупок для родини.

Одним із завдань дослідницької роботи було виявлення частки запитань, присвячених кондитерській галузі, наявних у завданнях зовнішнього незалежного оцінювання (останніх 10 років). З'ясовано, що щорічно у тестах наявне одне питання з харчової промисловості України, але тема кондитерської індустрії не простежується і жодного питання, яке б стосувалося безпосередньо кондитерської галузі протягом останнього десятиріччя не було.

Наступний крок дослідження передбачав з'ясування шляхом бесіди характеру труднощів, з якими зустрічаються вчителі та учні під час вивчення кондитерської галузі України та виявлення рівень знань учнів з теми «Кондитерська галузь України».

Опитування проводилось серед вчителів географії та учнів КЗШ № 8 та школи Ор-Авнер. Питання анкети та їх кількісний аналіз подано у таблиці 3.1.

В анкетуванні брали участь 5 вчителів географії. Аналізуючи отримані результати опитування треба зазначити, що 40 % опитаних зазначили, що кондитерська галузь розглядається побіжно у структурі харчової промисловості, а 20 % приділяють їй окрему увагу, але не завжди. Також було виявлено, що основними засобами навчання під час обговорення даного питання є або новини з інтернет-джерел (20 %), або відеоролики з даної теми

(20 %). Крім того, 60 % респондентів зазначили, що виносять дану тему на самостійне вивчення у межах домашнього завдання.

Таблиця 3.1.

Результати опитування вчителів

№	Запитання	Відповідь Кількість / відсотки
1.	Чи розглядаєте ви кондитерську галузь під час вивчення харчової промисловості України?	Так – 2 / 40% Інколи – 1 / 20% Ні – 2 / 40%
2.	Якщо так, які саме питання або матеріали використовуєте для цього. Якщо ні, зазначте, будь ласка, причину.	Демонстрація відеоролика – 1 / 20% Новини з інтернету – 1 / 20% Обмаль часу – 3 / 60%
3.	Чи пропонуєте ви для самостійного опрацювання учням тему «Кондитерська галузь України»?	Так – 3 / 60% Ні. Є більш важлива інформація для опрацювання – 2 / 40%
4.	Чи вивчається дана тема на факультативах?	Ні – 5 / 100%
5.	З якими труднощами ви зустрічаєтесь під час вивчення пропонованої теми?	Не вистачає часу – 5/100%

Отже, результат опитування вчителів географії дає змогу зрозуміти, що тема є актуальною для сучасної шкільної освіти, так як кондитерська галузь є невід'ємною частиною харчової промисловості і відіграє значну роль в економіці України. Ще однією причиною актуальності вивчення даної теми у школі є те, що деякі вітчизняні виробники є гравцями на світовому кондитерському ринку («АВК», «КОНТИ», «ROSHEN»), тому вивчення даної галузі у розділі «Харчова промисловість» є важливим аспектом для засвоєння курсу «Україна і світове господарство». Але проведене нами опитування також показало, що на тему кондитерської галузі не відводиться часу, через це вчителі приділяють вивченню даної галузі небагато уваги, або не розглядають галузь взагалі.

Задля виявлення рівня залишкових знань учнів з теми «Кондитерська галузь України» було проведено тестування, яке охопило учнів шкіл КЗШ № 8 (10 –А клас, 10–В клас), та Школа Ор-Авнер (10 клас), загальною кількістю 63 особи. Результати подано у таблиці 3.2.

Таблиця 3.2.

Результати тестування учнів

№	Питання	Відповіді учнів кількість / відсотки	Правильна відповідь
1.	Дайте визначення поняття «кондитерська промисловість України»	Вірно – 23/36% Невірно – 9/14% Відповідь не повна – 31/49%	Галузь харчової промисловості, підприємства якої виготовляють кондитерські вироби. Сировиною для них є продукція цукрової, борошномельно-круп'яної, молочної та ін. галузей господарства
2.	Зазначте періодизацію становлення кондитерської промисловості.	Вірно – 0/0% Невірно – 50/79% Відповідь не повна – 13/21%	Мануфактурний, промислово-мануфактурний, період повоєнної відбудови та трестизації, індустріальний період.
3.	Які виробники є основними гравцями на ринку кондитерських виробів України?	Вірно – 22/35% Невірно – 5/8% Відповідь не повна – 36/57%	«Roshen», «КОНТИ», «АВК», «Бісквіт-шоколад»
4.	Які українські виробники входять до Candy Industry Top 100?	Вірно – 18/28% Невірно – 8/13% Відповідь не повна – 37/59%	«АВК» (64 місце) «КОНТИ», «ROSHEN»
5.	Назвіть мінімум 5 відомих кондитерських виробників в Україні.	Вірно – 13/21% Невірно – 2/3% Відповідь не повна – 48/76%	«ROSHEN» [48], «АВК» [43] «КОНТИ» «Бісквіт-Шоколад» [44], ВАТ «Полтавакондитер» [46], ТДВ «Житомирські ласощі», ЛКВ «Світоч», ЗАТ «Крафт Фудз Україна» і т.д.
6.	У якому регіоні України зосереджено 60% виробництва кондитерської продукції?	Вірно – 32/51% Невірно – 31/49% Відповідь не повна – 0/0%	У східному регіоні
7.	Для кондитерської галузі в Україні, за винятком борошняних виробів, характерна яскраво виражена сезонність: коли спостерігається пік продажу? Чому?	Вірно – 48/76% Невірно – 5/8% Відповідь не повна – 10/16%	Досягається в останні місяці року, що традиційно пов'язане з новорічними святами, а в перші місяці року відбувається спад реалізації, який можна пояснити зниженням споживацького інтересу до холодних солодоців та зменшенням пропозиції свіжих фруктів
8.	У чому полягають проблеми розвитку даної галузі?	Вірно – 32/51% Невірно – 16/25% Відповідь не повна – 15/24%	Складна ситуація на сході держави, адже в зоні проведення АТО вироблялося майже 18% (до 180 тис.) від загального об'єму кондитерського виробництва в Україні. Ще одним складним ударом стало закриття заводів у 2014–2015 рр. «АВК» і «Конті».

Продовж. табл. 3.2.

9.	Яких заходів треба вжити для зміцнення місця галузі на ринку харчових продуктів?	Вірно – 16/25% Невірно – 23/36% Відповідь не повна – 24/39%	– проведення постійного моніторингу конкурентних переваг; – впровадження передового світового досвіду з організації виробництва та збуту; – максимальне наближення відповідності продукції до потреб ринку; – підвищення ефективності використання ресурсів підприємства; – розробка заходів, спрямованих на забезпечення постачань матеріальних ресурсів необхідної якості та обсягів тощо.
----	--	---	--

Так як вторинний сектор господарства вивчався у другому семестрі 9-го класу, то опитування було проведене на виявлення залишкових знань з теми серед учнів 10-го класу.

Під час дослідження рівня знань учнів з окресленої проблематики було виявлено, що з дев'яти питань на шість було менше ніж 50 % вірних відповідей, і лише на три запитання – більше 50 % вірних відповідей. Труднощі виникли з питаннями пов'язаними з історією розвитку, термінологією та певними регіональними особливостями кондитерської галузі. На три запитання більше ніж 50 % відповідей було дано не в повному обсязі.

3.2. Мультимедійна підтримка вивчення вітчизняної кондитерської галузі за допомогою електронного посібника (на основі програмного забезпечення TurboSite)

Вивчення стану досліджуваної проблеми, яке подано у підрозділі 3.1. кваліфікаційної роботи дає змогу говорити, що кондитерська галузь України викликає зацікавленість в учнів, вважається актуальною серед вчителів, однак під час її вивчення виникають певні труднощі, які першочергово пов'язані з браком часу, що відводиться загалом на вивчення теми «Виробництво харчових продуктів, напоїв».

Зважаючи на те, що вчитель повинен допомогти учням оволодіти знаннями про безпечність вітчизняних товарів та послуг, зорієнтувати їх на «оцінювання можливостей для організації підприємницької діяльності у своїй місцевості; планування своєї діяльності та груп щодо можливих нових видів бізнесу в регіоні» тощо [36, с.16] ми спробували систематизувати мультимедійний контент з досліджуваної проблеми у вигляді електронного посібника «Кондитерська галузь України». Пропонований посібник за потреби можна використовувати як на уроках, так і на факультативних заняттях з географії. Розроблено електронний посібник на основі безкоштовної програми для створення сайтів і електронних посібників TurboSite.

Перш ніж схарактеризувати розроблений посібник, вважаємо за потрібне звернути увагу на представлені на ринку освітніх послуг електронні посібники з географії та коротко зупинитися на перевагах та недоліках електронного посібника загалом.

Останнім часом вчителі почали використовувати у своїй практиці мультимедійні уроки. У загальному тлумаченні «мультимедіа» розуміють як суму технологій, що дозволяють комп'ютеру вводити, обробляти, зберігати, передавати та демонструвати такі типи даних, як текст, графіка, анімація, оцифровані нерухомі зображення, відео, звук, мова [6; 7]. О. Бондаренко зазначає, що при доцільному та правильному використанні даний інструмент може додати в урок елемент новизни, збільшити зацікавленість учнів та полегшити викладачу процес підготовки до уроків [5; 6].

Урок з мультимедійною підтримкою – це форма організації навчального процесу, де епізодично використовуються засоби мультимедіа для посилення навчального ефекту [34; 64].

Електронний підручник – це сукупність графічної, текстової, цифрової, мовної, музичної, відео, фото і іншої інформації, а також друкованої документації користувача [21].

Зупинимося більш детально на перевагах і недоліках мультимедійної підтримки і електронного підручника. Передусім дані засоби допомагають

зробити навчальний процес індивідуалізованим. Учні не просто пасивно отримують інформацію, а активно засвоюють знання, також електронний підручник можна без проблем перекинути на переносний носій (флешка, диск) та користуватися інформацією у домашніх умовах. Електронний підручник вміщує окрім тексту і графіки ще й аудіо- та відео- файли, «аудіовізуальне подання матеріалу включає в систему сприйняття та запам'ятовування образну й емоційну пам'ять в якій матеріал зберігається довше ніж у словесно-логічній пам'яті» [21]. Ще одна перевага в тому, що є можливість обирати рівень складності навчального матеріалу, і головне, що дана система є відкритою, тобто її можна змінювати, доповнювати, модифікувати.

До недоліків електронного підручника відноситься в першу чергу незручність сприймання з екрану тексту, також живе спілкування на уроках зменшується, що в результаті може привести до «збіднення словникового запасу, згортання соціальних контактів, скорочення практики соціальної взаємодії і спілкування» [21].

Ще одним недоліком є те, що для користування мультимедіа потрібен персональний комп'ютер та певне його програмне забезпечення, а також навички володіння даним пристроєм. Учні, під час роботи з мультимедіа та електронним підручником швидко стомлюються, виникає проблема погіршення зору – це ще один значний недолік.

Проаналізувавши переваги й недоліки мультимедійної підтримки й електронного підручника зазначимо, що дані засоби в сучасному світі є необхідною частиною навчального процесу. Вони сприяють формуванню пізнавального інтересу учнів, а також впливають на особистий розвиток учнів, але за умови доцільного поєднання з традиційними дидактичними формами, методами і прийомами.

Зупинимося на детальній характеристиці TurboSite. TurboSite – це безкоштовна програма, за допомогою якої можна створити HTML-сайт або електронний підручник з підтримкою коментарів, форми зворотного зв'язку, вставки відео та іншими можливостями.

Створений за допомогою TurboSite електронний підручник працює у будь-якій операційній системі, в будь-якому браузері, може бути завантажений на будь-який безкоштовний хостинг (не вимагає підтримки PHP, MySQL тощо).

Посібник, розроблений нами охоплює усі необхідні аспекти розвитку кондитерської галузі, з якими має бути обізнаний учень 9 класу: історія та становлення розвитку галузі, передумови, проблеми і перспективи розвитку, динаміка виробництва тощо. Кожен аспект відображено у вигляді окремої веб-сторінки.

На першій сторінці «Загальні відомості про галузь» (рис. 3.1.) вміщено загальні відомості про кондитерську індустрію; подано основні підприємства виробники (з покликаннями на їх сайти), представлені на вітчизняному ринку, наведено обліково-статистичні дані.

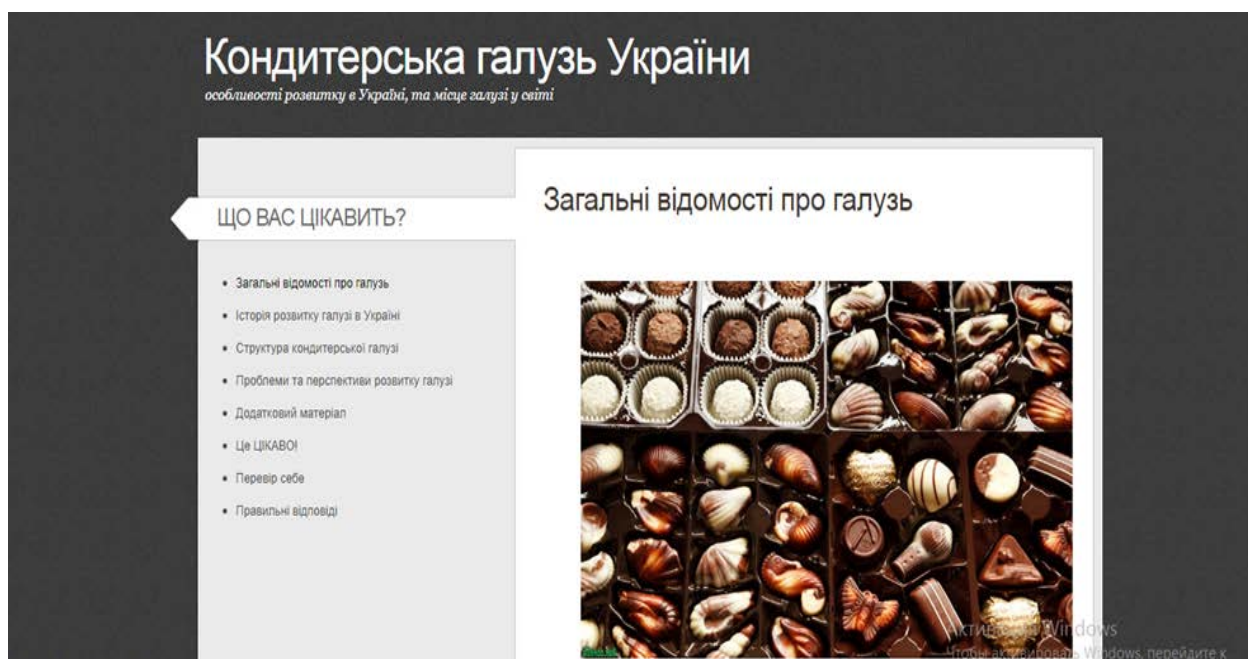



Рис. 3.1. Перша сторінка сайту «Загальні відомості про галузь»

ЩО ВАС ЦІКАВИТЬ?

- Загальні відомості про галузь
- Історія розвитку галузі в Україні
- Структура кондитерської галузі
- Проблеми та перспективи розвитку галузі
- Додатковий матеріал
- Це ЦІКАВО!
- Перевір себе
- Правильні відповіді

Історія розвитку галузі в Україні



Історична своєрідність формування кондитерської галузі на теренах України її регіональної специфіки була обумовлена, з одного боку, відсутністю національної державності, а з іншого — перебуванням її земель у складі Російської та Австро-Угорської

Рис. 3.2. Сторінка «Історія розвитку промисловості України»

На другій веб-сторінці (рис. 3.2.) презентований історичний розвиток галузі, розглянуто передумови та фактори розвитку кондитерської галузі України. Передбачається, що поданий ретроспективний аналіз дасть змогу учням дізнатися про цікаві моменти історії і періодизацію даної індустрії.

Третя веб-сторінка (рис. 3.2.) описує структуру досліджуваної галузі. За допомогою діаграм на даній сторінці можна ознайомитися з обсягами, динамікою виробництва та структурою промисловості.

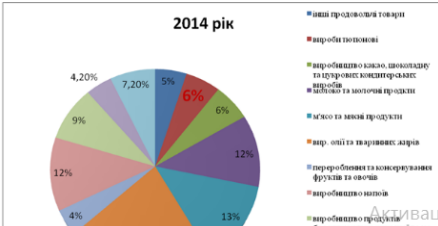
ЩО ВАС ЦІКАВИТЬ?

- Загальні відомості про галузь
- Історія розвитку галузі в Україні
- Структура кондитерської галузі
- Проблеми та перспективи розвитку галузі
- Додатковий матеріал
- Це ЦІКАВО!
- Перевір себе
- Правильні відповіді

Структура кондитерської галузі

Одним з головних завдань сучасної України є досягнення стабільного економічного росту в усіх галузях економіки. На даний час найстійкішими є галузі орієнтовані на задоволення базових потреб громадян. Однією з таких галузей є харчова промисловість. Харчова промисловість є для України саме тим двигуном, який може забезпечити суттєве зростання ВВП і допомогти посісти одну з провідних позицій на ринку продуктів харчування на світовій арені.

Структура харчової промисловості у 2014 році



Категорія	Відсоток
інші харчові товари	4.20%
вироби тютюнові	7.20%
виробство соло, шоколаду та кондитерських виробів	5%
цукор та цукрові продукти	6%
м'ясо та яловичі продукти	6%
вир-ості та тваринні жири	12%
виробство та консервування фруктів та овочів	13%
виробство напоїв	4%
виробство продуктів борошномо-хлібної пром.	12%
інші харчові товари	9%
вироби тютюнові	4.20%

Рис. 3.2. Сторінка «Структура промисловості»

Четверта веб-сторінка ознайомлює користувачів з проблемами та перспективами розвитку галузі (рис. 3.4.). Аналізуються факти, що зумовили труднощі у сучасному розвитку даної галузі, а також згадуються заходи, реалізація яких, на думку науковців, має сприяти зміцненню індустрії.

Кондитерська галузь України
особливості розвитку в Україні, та місце галузі у світі

ЩО ВАС ЦІКАВИТЬ?

- Загальні відомості про галузь
- Історія розвитку галузі в Україні
- Структура кондитерської галузі
- Проблеми та перспективи розвитку галузі
- Додатковий матеріал
- Це ЦІКАВО!
- Перевір себе
- Правильні відповіді

Проблеми та перспективи розвитку галузі

Економіко-політична нестабільність, що виникла в Україні у зв'язку з воєнними діями на сході, похитнула багато галузей українського виробництва, виключенням не стала і кондитерська індустрія. Основними причинами проблемного положення даної промисловості стало по – перше – девальвація гривні та обмежена інвестиційна діяльність, по-друге зниження попиту на кондитерські товари і по-третє – закриття одного з головних ринків збуту – Росії, а також ускладнення експорту у зв'язку з проблемами транзиту у країни СНГ через РФ.

Так як рівень попиту на даний вид товарів знизився, треба говорити про скорочення виробництва деяких видів кондитерських виробів (шоколадні та борошняні) на 18-21%.

Проблемою розвитку промисловості стала складна ситуація на сході держави, адже в зоні проведення АТО вироблялося майже 18% (до 180 тис.) від загального об'єму кондитерського виробництва в Україні. Ще одним складним ударом для даної галузі стало закриття заводів у 2014-2015 рр. таких провідних українських

Рис. 3.4. Сторінка «Проблеми та перспективи розвитку галузі»

Кондитерська галузь України
особливості розвитку в Україні, та місце галузі у світі

ЩО ВАС ЦІКАВИТЬ?

- Загальні відомості про галузь
- Історія розвитку галузі в Україні
- Структура кондитерської галузі
- Проблеми та перспективи розвитку галузі
- Додатковий матеріал
- Це ЦІКАВО!
- Перевір себе
- Правильні відповіді

Додатковий матеріал

Географічна структура кондитерської промисловості України у 2014 році [складено автором]

Активізація Windows
Чтобы активировать Windows, перейдите к

Рис. 3.5. Сторінка «Додатковий матеріал»

На сторінці п'ять (рис. 3.5.) учні зможуть ознайомитися з додатковим матеріалом з теми. Тут подано картосхеми, різноманітні діаграми, таблиці, що ілюструють пропонований навчальний матеріал, зокрема користувачі ознайомляться з картосхемою географічної структури кондитерської галузі, із діаграмою структури попиту на ласощі на внутрішньому ринку й діаграмою структури харчової промисловості, діаграмою експорту кондитерських виробів, зі схемою перспективних напрямків розвитку кондитерського ринку України, з таблицею індексу кондитерської продукції за видами діяльності.

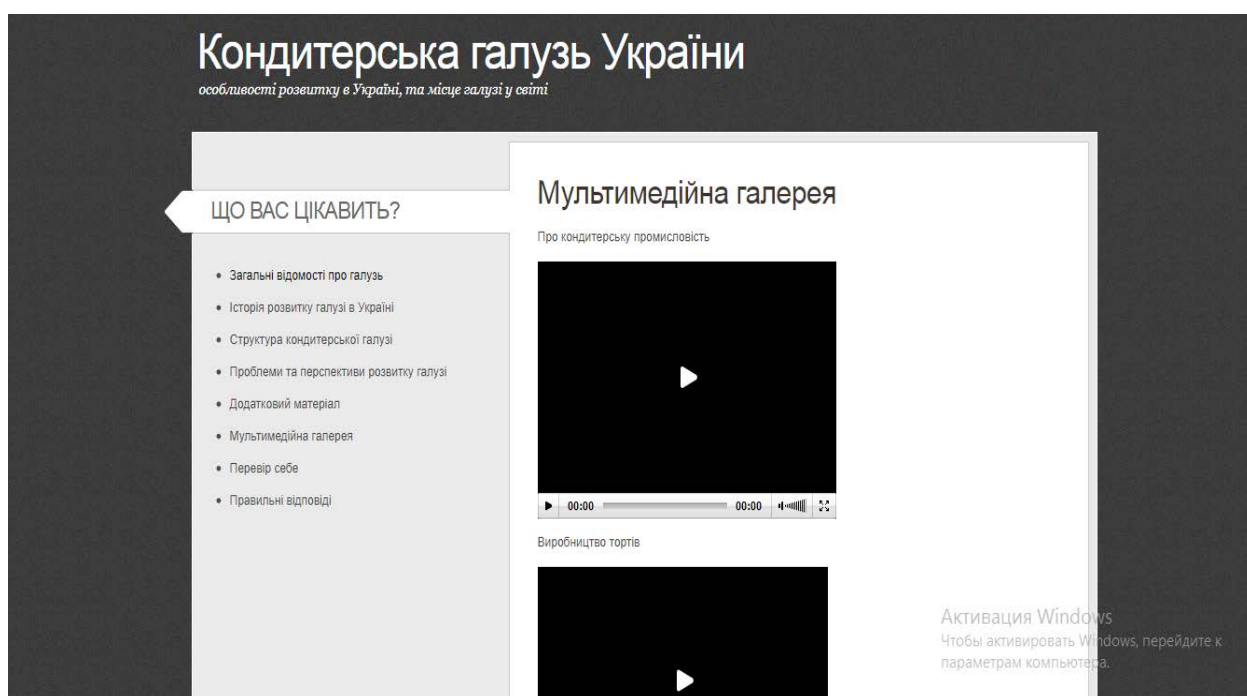


Рис. 3.6. Сторінка «Мультимедійна галерея»

Наступна сторінка «Мультимедійна галерея» (рис. 3.6.) дозволяє користувачам більш глибоко ознайомитися з особливостями виробництва певних кондитерських виробів (печива, тортів, цукерок), за допомогою фрагментів відео, а також проаналізувати статистичний матеріал.

Сторінки подані на рис. 3.7 і 3.8 присвячено самоперевірці знань учнів за допомогою тестування. Уважаємо, що використання тесту можливе і перед вивченням теми і під час поточної перевірки.

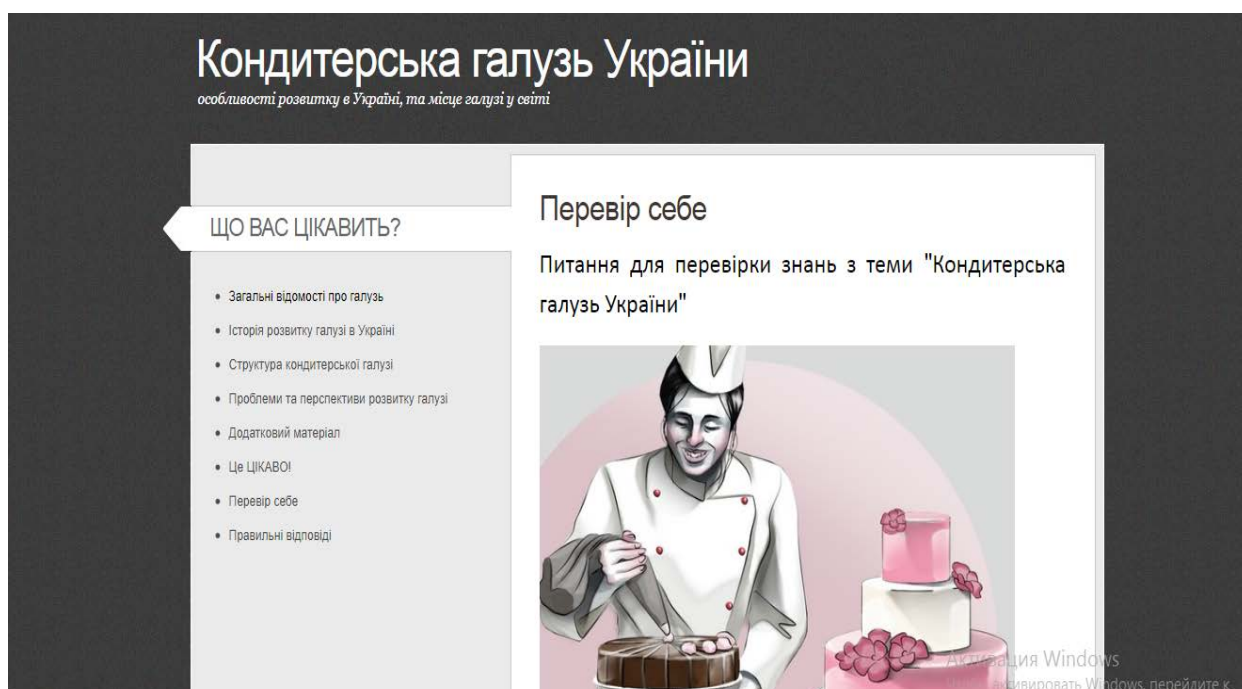


Рис. 3.7. Сторінка «Перевір себе»

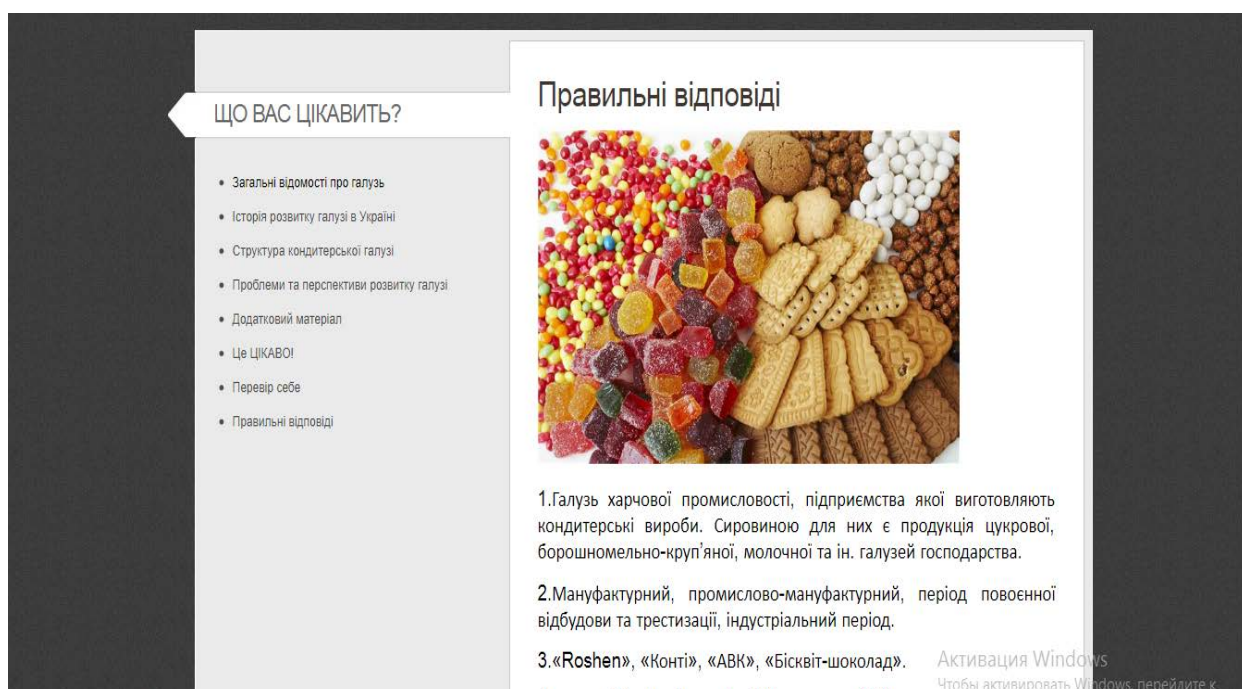


Рис. 3.8. Восьма сторінка сайту «Правильні відповіді»

Електронний посібник було запропоновано вчителям географії КЗШ № 8 для ознайомлення й аналізу. Шляхом бесіди із педагогами, виявлено переваги та недоліки посібника. Після чого була удосконалена його структура і зміст. Нова форма подання інформації у вигляді електронного посібника

зацікавила вчителів. Була висловлена єдина думка про те, що даний електронний посібник може використовуватися в межах факультативу, або пропонується учням для самостійного опрацювання.

Окрім електронного посібника, задля того щоб вивчення даної теми було цікавішим і зручнішим ми розробили інтерактивну карту «Топ – 5 кондитерських фабрик України» (рис. 3.9.). Вона містить докладну інформацію про українські підприємства кондитерської галузі і може стати зручним помічником як учнів, так і вчителів.

Користувач інтерактивної карти може обрати будь-який філіал, зображений у вигляді логотипу на карті, і перейти на сторінку даної фабрики (рис. 3.10.), де наявна основна інформація про підприємство.



Рис. 3.9. Інтерактивна карта «Топ – 5 кондитерських фабрик України»

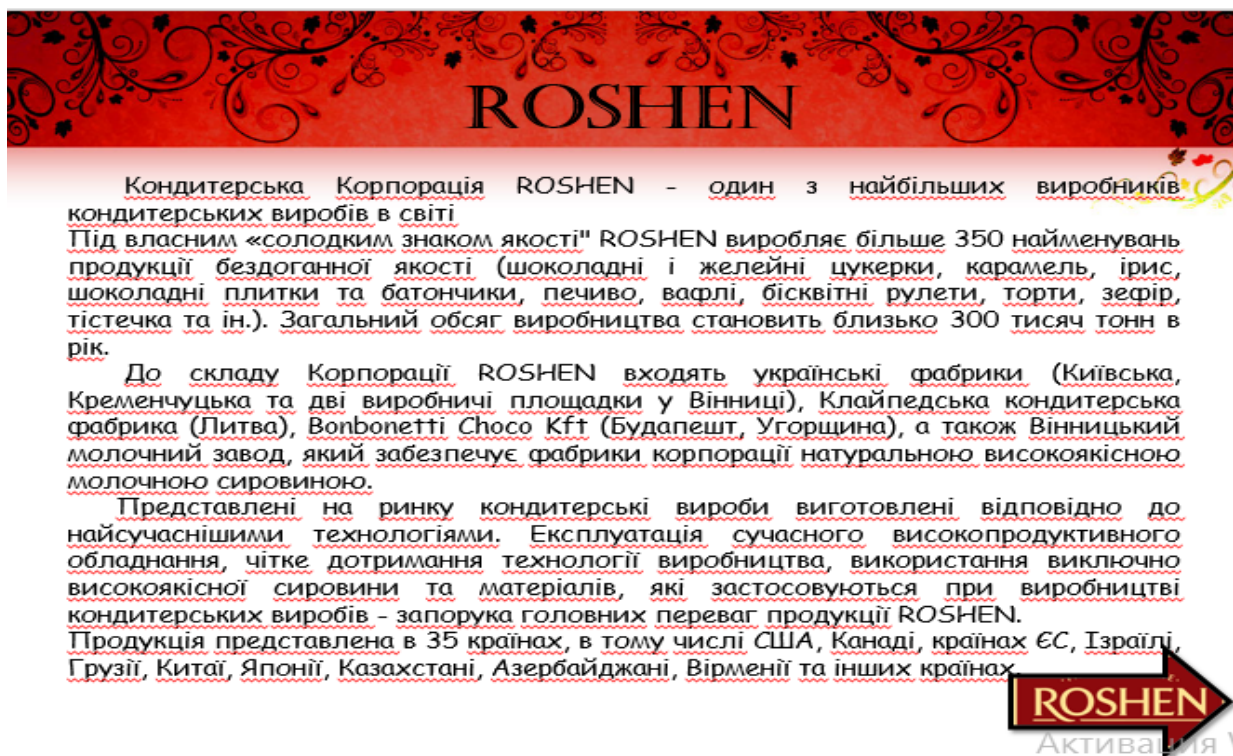


Рис. 3.10. Сторінка 2 інтерактивної карти «Топ – 5 кондитерських фабрик України».

Додатково також можна побачити і фотографії самої фабрики, переходячи далі (рис. 3.11.).



Рис. 3.11. Сторінка 3 інтерактивної карти «Топ – 5 кондитерських фабрик України»

Отже, мультимедійна підтримка вивчення теми «Кондитерська галузь України» шляхом використання інтерактивної карти й навчально-методичного посібника сприяє більш глибокому оволодінню знань учнів з означеної теми, формуванню пізнавального інтересу до географії загалом і до індустрії солодощів, зокрема.

Ознайомлення зі змістом посібника сприятиме реалізації знаннєвого та діяльнісного компонентів навчальної програми з географії. Учні засвоять центри виробництва харчових продуктів (наприклад філіали «ABK» та «ROSHEN»), особливості виробництва окремих видів кондитерської продукції тощо.

Висновки до третього розділу

Під час вивчення практичного стану дослідження був проведений аналіз шкільної програми, аналіз зовнішнього незалежного оцінювання з географії за останні 10 років, проведення анкетування серед вчителів та учнів загальноосвітніх закладів, а також розробка навчально-методичного комплексу.

Підводячи підсумки треба зазначити, що тема кондитерських виробів висвітлюється у шкільній програмі лише у контексті розділу 3: Вторинний сектор господарства. У ньому були виявлені аспекти, котрі можуть прямо або опосередковано стосуватися теми кондитерської промисловості. Також було виявлено, що кожного року у тестах зовнішнього незалежного оцінювання наявне одне питання з харчової промисловості України, але тема кондитерської індустрії не простежується і жодного питання, яке б стосувалося безпосередньо кондитерської індустрії за 10 років не було.

Аналізуючи проведенні опитування серед вчителів, робимо висновок, що тема кондитерської промисловості є актуальною, але часу на вивчення даної індустрії виділяється недостатньо або не виділяється взагалі. Для рішення цієї проблеми було розроблено навчально методичний комплекс, що може допомогти у майбутньому учням більш якісно оволодіти знаннями про кондитерську промисловість України.

ВИСНОВКИ

Під час дослідження було розв'язано всі сформульовані в роботі завдання, отримано та проаналізовано результати, які полягають у такому.

1. Здійснено ретроспективний аналіз розвитку кондитерської галузі України та визначити місце виробництва кондитерських виробів в структурі харчової промисловості України. Кондитерська галузь є однією з найрозвиненіших в структурі харчової промисловості, оскільки найменш вразлива до негативних спадів в економіці. У своєму розвитку, витoki якого сягають ще часів Київської Русі, вона пройшла складний шлях від мануфакторного до автоматизованого виробництва, що спеціалізується на випуску харчових продуктів зі значною часткою вмісту цукру.

2. З'ясовано передумови, проблеми і перспективи розвитку вітчизняної кондитерської галузі. Україна має задовільні передумови для розвитку виробництва ласощів (природні, економічні, науково-інноваційні). Однак останнім часом низка проблем зумовила спад виробництва більшості видів солодошів. До основних проблем розвитку кондитерської галузі належать: обмежена інвестиційна діяльність; зниження споживчого попиту на солодоші; закриття головного ринку збуту; зростання вартості сировини; загострення конкуренції на ринку ласощів та ін.

3. Розглянуто динаміку вітчизняного виробництва основних видів кондитерської продукції. З'ясовано, що продукція українських виробників є високоякісною, однак «кризові події останніх років внесли змінив розвиток галузі і поставили нові виклики перед виробництвом» [4, с. 5]. У виготовленні смаколиків останнім часом спостерігається тенденція до зниження.

4. Розроблено електронний посібник «Кондитерська галузь України» (на основі програмного забезпечення TurboSite), який пропоновано вчителям та учням для факультативного або самостійного вивчення індустрії солодошів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Анализ украинского рынка конфет [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://koloro.ua/blog/issledovaniya/Analiz-ukrainskogo-rynka-konfet.html>
2. Аналітичний огляд кондитерського ринку України [Електронний ресурс] / Національне рейтингове агентство «Рюрік». Київ, 2013. – 19 с. – Режим доступу : http://www.rurik.com.ua/documents/research/Confect_2013_review.pdf
3. Бакум З. П. Моя майбутня професія – гірник : [методичний посіб.] / З. П. Бакум, О. В. Бондаренко, Н. І. Зеленкова. – Кривий Ріг, 2016. – 121 с.
4. Бассова О. О. Аналіз сучасного стану та перспектив розвитку кондитерської галузі України / О. О. Бассова // Електронне наукове фахове видання «Ефективна економіка». – 2018. – № 5. – Режим доступу : <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=6311> – Назва з екрана.
5. Бондаренко О. В. Діалог як засіб формування навчальних умінь у студентів у процесі вивчення економічної та соціальної географії України: зб. наук. праць студентів Криворізького державного педагогічного університету. – Кривий Ріг : КДПУ, СП «Міра», 2001. – Вип. 2. – С. 16–18.
6. Бондаренко О. В. Зміст, форми й методи профорієнтаційної роботи в умовах профільної школи / О. В. Бондаренко // Педагогіка вищої та середньої школи: зб. наук. праць / гол. ред. З. П. Бакум. – Вип. 43. – Кривий Ріг : ДВНЗ «КНУ», 2014. – С. 129–132.
7. Бондаренко О. В. Регіональна економічна і соціальна географія світу (Європа, СНД): навч.-метод. комплекс для змішаного (очно-дистанційного навчання) на базі онлайн платформи Google Class [Електронний ресурс] / О. В. Бондаренко, О. В. Ганчук. – 2016. – Режим доступу: <https://classroom.google.com/u/0/c/MTk4MDYyODQ1>
8. Бондаренко О. В. Формування культури економічного мислення майбутніх учителів географії як педагогічна проблема / О. В. Бондаренко // Педагогіка вищої та середньої школи : зб. наук. праць / гол. ред. В. К. Буряк. – Вип. 32. – Кривий Ріг : КДПУ, 2010. – С. 277–282.
9. Галушко О. С. Тенденції розвитку ринку кондитерських виробів та

особливості трансформацій у системі цінностей його учасників: наукове видання / О. С. Галушко // Актуальні проблеми економіки. – 2009. – № 1. – С. 15–21.

10. Державний служба статистики [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.ukrstat.gov.ua

11. Дюкарева Г. І. Стан і тенденції розвитку кондитерської галузі та ринку збивних кондитерських виробів [Електронний ресурс] / Г. І. Дюкарева, О. О. Соколовська // Секція 3. Підвищення якості харчових продуктів. – 2013. – С. 181–186. – Режим доступу : https://scholar.google.com.ua/citations?hl=ru&user=DEhISR5AAAAJ&view_op=list_works&authuser=1&sortby=pubdate

12. Дюкарева Г. І. Формування ринку кондитерських виробів в Україні [Електронний ресурс] / Г. І. Козіна, Н. М. Кривошеєва, О. О. Соколовська // Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг : зб. наук. праць. – ХДУХТ – 2013. – С. 187–195. Режим доступу : http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:WTi3d7XwCukJ:irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe

13. Заинчковский А. А. Тенденции развития кондитерского рынка Украины [Электронный ресурс] / А. А. Заинчковский, І. В. Новойтенко, Н. Я. Слободян // Актуальні проблеми економіки. – 2014. – № 11 (161). – С. 91–98. – Режим доступу : <http://library.ztu.edu.ua/doccard.php/98197>

14. Закревська Л. М. Сучасний стан та перспективи розвитку експортної політики підприємств кондитерської промисловості України / Л. М. Закревська // Економіка: проблеми теорії та практики : зб. наук. пр. – Д. : ДНУ, 2004. – С. 752–757.

15. Іщук С. І. Географія промислових комплексів : підручник / С. І. Іщук, О. В. Гладкий. – Київ : Знання, 2011. – 375 с.

16. История развития кондитерской промышленности [Электронный ресурс] / Helpiks.org. – Режим доступу : <https://helpiks.org/6-35321.html>

17. Как изменился рынок кондитерских изделий в Украине в 2014 году [Электронный ресурс] // All Retail. – Режим доступу: <http://allretail.ua/topics/39890/>

18. Класифікація видів економічної діяльності ДК 009: 2010 [Електронний ресурс] / Державний комітет статистики України. – Київ : Держспоживстандарт України, 2010. – 46 с. – Режим доступу : http://www.ukrstat.gov.ua/klasf/nac_ks/op_dk009_2016.htm

19. Кондитерські вироби [Електронний ресурс] // Buklib.net. Буковинська бібліотека. – Режим доступу : <https://buklib.net/books/23685/>

20. Кондитерські вироби [Електронний ресурс] // Медична енциклопедія. – Режим доступу : http://medical-enc.com.ua/konditerskie_izdelia.htm

21. Корбут О. Електронний підручник як елемент освітнього середовища [Електронний ресурс] / О. Корбут // Матеріали наук.-практ. конф. «Новітні освітні технології». – Режим доступу : <http://confesp.fl.kpi.ua/node/1087>

22. Корнеєв В. П. Освітні технології в процесі вивчення географії / В. П. Корнеєв // Географія. – 2006. – № 20, (жовтень). – С. 2–9.

23. Коцюбанська О. О. Становлення та розвиток кондитерської промисловості України (друга половина XIX – 30-ті роки XX ст.) : автореф. дис ... канд. іст. наук / О. О. Коцюбанська. – Переяслав-Хмельницький, 2010. – 18 с.

24. Коцюбанська О. О. Розвиток обладнання кондитерської галузі України (до індустріалізації 30-х рр. XX ст.) / О. О. Коцюбанська // Питання історії науки і техніки. – 2010 – № 2. – С. 57–63. – Режим доступу : <http://dspace.nbuv.gov.ua/handle/123456789/77035> – Назва з екрана.

25. Криловець М. Г. Шкільний курс географії та методики її викладання / М. Г. Криловець // Збірник навчальних програм дисциплін географічного циклу. – Ніжин. – 2000. – С. 79–84.

26. Кроніковський Д. О. Тенденції кондитерської промисловості України [Електронний ресурс] / Д. О. Кроніковський // Електронне наукове фахове видання «Ефективна економіка». – 2014. – № 10. – Режим доступу : <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=3460>

27. Кушнір Р. В. Конкурентоспроможність підприємств кондитерської галузі: стратегічний аспект / Р. В. Кушнір // Ефективна економіка. - 2013. - №7. – Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2013_7_37

28.Маркелов С. П. Стратегія диверсифікації підприємств кондитерської промисловості : автореф. дис. ... канд. економ. наук / С. П. Маркелов. – Донецьк. – 2010. – 23 с.

29.Мартинівський В. С. Сучасний стан і перспективи розвитку кондитерської галузі України [Електронний ресурс] / В. С. Мартинівський, Ю. О. Сьоміна // Економіка харчової промисловості. – 2014. – № 2 (22). – С. 43–45. – Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/UJRN/echp_2014_2_12. – Назва з екрана.

30.Мельник Н. П. Харчова промисловість України [Електронний ресурс] // Н. П. Мельник / Всеосвіта. Освітній портал. – Режим доступу : <https://vseosvita.ua/library/harcova-promislovist-ukraini-2461.html>

31.Мировой рейтинг кондитерских компаний CandyIndustryGlobal Top 100 – 2016. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.candyindustry.com/2016-Global-Top-100-Part-2>

32.Мозговая О. И. Анализ рынка кондитерских изделий / О. И. Мозговая, С. Г. Заболотный // УкрАгроКонсалт. – 2009. – № 3. – С. 8.

33.Лазебна І. Ринок кондитерських виробів України [Електронний ресурс] / Ірина Лазебна // Товари і ринки. – 2011. - № 1. – С. 67–76.

34.Люта Ю. А. Мультимедійний урок чи урок з мультимедійною підтримкою? [Електронний ресурс] / Ю. А. Люта // Освіта. Уа. – Режим доступу : http://osvita.ua/school/lessons_summary/proftech/35792/

35.Ляшко К. Анализ украинского рынка конфет [Електронний ресурс] / Ксения Ляшко. – Режим доступу: <http://koloro.ua/blog/issledovaniya/Analiz-ukrainskogo-rynka-konfet.html>. – Название с экрана.

36.Навчальні програми для загальноосвіт. навч. закл. України + опис ключових змін. 5–9 класи. – Київ : Видавничий дім «освіта», 2017. – 88 с. – (Серія «На допомогу вчителєві»).

37.Номенклатура промислової продукції [Електронний ресурс] // Державна служба статистики України. – Київ, 2017. – 529 с. – Режим доступу : http://www.ukrstat.gov.ua/klasf/st_kls/op_npp_2016.htm

38. Носов А. О. Напрями удосконалення конкурентних стратегій підприємств кондитерської галузі України [Електронний ресурс] // А. О. Носов, О. П. Кавтиш // Збірник наукових праць молодих вчених факультету менеджменту та маркетингу КПІ ім. І. Сікорського «Актуальні проблеми економіки та управління». – 2015. – № 9. – Режим доступу : <http://ape.fmm.kpi.ua/article/view/41657/43213>

39. Обзор рынка кондитерских изделий Украины [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.marketing-ua.com/articles.php?articleId=4430>

40. Обзор рынка кондитерских изделий Украины [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://pro-consulting.com.ua/analiz/pitanie/kond/index1.html/>

41. Огляд кондитерського ринка України [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://rurik.com.ua/documents/research/Confect_2012_review.pdf

42. Основні показники роботи харчової промисловості України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://minagro.gov.ua/system/files/%D0%A5%D0%B0%D1%80%D1%87%D0%BE%D0%B2%D0%B0%202014%20%D1%80%D1%96%D0%BA.pdf>

43. Офіційний сайт «АВК» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.avk.ua/>

44. Офіційний сайт «Бісквіт-шоколад» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.biscuit.com.ua/>

45. Офіційний сайт «КОНТИ» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.konti.com/ua>

46. Офіційний сайт «Полтава-кондитер» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://dominic.com.ua/>

47. Офіційний сайт Асоціації Укркондрпром [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ukrkondprom.com.ua/>.

48. Офіційний сайт ПАТ «ROSHEN» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://roshen.com/>

49. Петухова О. М. Особливості та перспективи розвитку кондитерської галузі України [Електронний ресурс] / О. М. Петухова, Г. Г. Черноштан //

Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство. – 2016. – Вип. 6. Ч. 2. – С. 155–159.

50. Предпосылка [Электронный ресурс] / Словарь антикризисного управления. – Режим доступа : <https://dic.academic.ru/dic.nsf/anticris/72842>

51. Рынок кондитерских изделий Украины: обзор 2016 года [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://marketing.rbc.ua/news/07.11.2016/8500>

52. Розвиток кондитерської галузі в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.aitico.com/index.php?option=com_content&view=article&id=146%3A2013-03-05-13-43-21&catid=43%3Anews&Itemid=163&lang=uk

53. Сайт державної підтримки українського експорту [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrexport.gov.ua>

54. Сайт міністерства аграрної політики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.minagro.gov.ua>

55. Стрельникова Д. А. Сегментация украинского рынка кондитерских изделий / Д. А. Стрельникова // Економіка та держава. – 2010. – № 3. – С. 69–71.

56. Сумарний обсяг імпорту та експорту у розрізі товарних позицій за кодами УКТЗЕД [Електронний ресурс] // Державна фіскальна служба України. – Режим доступу : <http://sfs.gov.ua/ms/f11>

57. Тарасевич А. П. Дослідження сучасного стану та динаміки вітчизняного кондитерського ринку / А. П. Тарасевич // Глобальні та національні проблеми економіки. Електронне Миколаївського національного університету ім. В. О. Сухомлинського. – 2015. – № 8. – С. 626–630. – Режим доступу : <http://global-national.in.ua/issue-8-2015/16-vipusk-8-listopad-2015-r/1509-tarasevich-a-p-doslidzhennya-suchasnogo-stanu-ta-dinamiki-vitchiznyanogo-konditerskogo-rinku>

58. Тичинська А. І. Дослідження ринку кондитерських виробів України [Електронний ресурс] / А. І. Тичинська, М. А. Наумова // Економіка і управління в умовах глобалізації: матеріали VII Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф. (Кривий Ріг, 25 травня 2018 р.) – Режим доступу : jvestnik-sss.donnu.edu.ua/article/download/4859/488

59.Топузов О. М. Загальна методика навчання географії: підручник / О. М. Топузов, В. М. Самойленко, Л. П. Вішнікіна. – Київ : ДВНП «Картографія», 2012. – 512 с.

60.Уривська Т. С. Проблеми та перспективи розвитку кондитерської галузі України» / Т. С. Уривська // Географічні дослідження: історія, сьогодення, перспективи: матер. Міжнар. наук.-практ. конф. студентів та аспірантів, присвяченої пам'яті професора Г. П. Дубинського (м. Харків, 5–6 квітня 2017 р.). – Вип. 10. – Харків : ХНУ Вид-во «Лідер», 2017. – С. 276–278.

61.Устименко Н. В. Виробництво харчових продуктів та напоїв. Географія. 9 клас.: методична розробка уроку [Електронний ресурс] // На Урок. Освітній проект. – Режим доступу : <https://naurok.com.ua/urok-virobnictvo-harchovih-produktiv-ta-napo-v-9-klas-17427.html>

62.Философский энциклопедический словарь / [ред.-сост. Е. Ф. Губский, Г. Ф. Кораблёва, В. А. Лутченко]. – Москва : ИНФРА-М, 2000. – 576 с.

63.Шашина М. В. Аналіз ринку кондитерської продукції в Україні: проблеми та перспективи розвитку / М. В. Шашина, І. І. Мрочко // Сучасні проблеми економіки та підприємництва. – 2014. – Вип. 13. – С. 65–72.- Режим доступу : <http://sb-keip.kpi.ua/article/view/47401>

64.Энциклопедия [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://gatchina3000.ru/great-soviet-encyclopedia/bse/063/767.htm>

65.Юхимчук А. Харчова промисловість України. Географія. 9 клас : методична розробка уроку [Електронний ресурс] // На Урок. Освітній проект. – Режим доступу : <https://naurok.com.ua/harchova-promislovist-ukra-ni-266.html>

66.Food industry in Ukraine (Харчова промисловість в Україні) [Електронний ресурс] / Автор довідника – Контент-маркетингове агентство Top Lead за підтримки партнерів: Американської торговельної палати в Україні, юридичної фірми AEQUO та «Райффайзен Банк Аваль». Інформаційний та аналітичний партнер – BusinessViews. – Київ, 2018. – 86 с. – Режим доступу : <https://businessviews.com.ua/ru/food-industry-report-2017/>

Додаток А

Таблиця А. 1.1.

Динаміку експорту /імпорту за деякими видами продукції, 2010 – 2018 рр. [56]

Кондитерські вироби	2011		2012		2013		2014	
	імпорт	експорт	імпорт	експорт	імпорт	експорт	імпорт	експорт
Шоколад	73130	195744	37993	194867	45916	166117	35168	96291
Патока	32743	285273	86818	411319	64049	170767	9214	41343
Какао-порошок	19965	154	21573	98	19364	70	15627	108
Какао-боби	17493	0	18092	0	20804	0	17880	0
Какао-паста	19310	7007	18862	7004	18564	7769	11403	7532
Какао-масло і какао-жир	9466	0	11692	52	12734	1	8928	2
Шкаралупа та інші відходи з какао	509	0	421	0	530	0	227	0
Екстракти солодові, готові харчові продукти без/з какао	12055	13722	12639	17537	14211	25851	12785	56921
Кондитерські вироби з цукру без вмісту какао	20131	89398	19692	84817	21380	79770	14452	67494

Продовж. табл. А. 1.1.

Кондитерські вироби	2015		2016		2017		2018	
	імпорт	експорт	імпорт	експорт	імпорт	експорт	імпорт	експорт
Шоколад	17927	67730	15973	58522	20365	61011	24803	58514
Патока	0	124967	5324	59023	360	81099	80617	33773
Какао-порошок	11540	77	13662	68	12584	120	13152	222
Какао-боби	9861	0	11223	0	13773	0	15214	1
Какао-паста	7341	6063	7856	6273	10835	8334	13375	9370
Какао-масло і какао-жир	4668	44	5597	98	6877	1	9147	1
Шкаралупа та інші відходи з какао	1382	0	2319	0	2018	0	1128	0
Екстракти солодові, готові харчові продукти без/з какао	9285	61360	9965	43377	11313	62435	12116	38545
Кондитерські вироби з цукру без вмісту какао	7605	75955	8494	77458	11999	79358	11946	78711

Додаток Б

**Динаміку експорту /імпорту за деякими видами продукції,
2010 – 2018 рр. [56]**

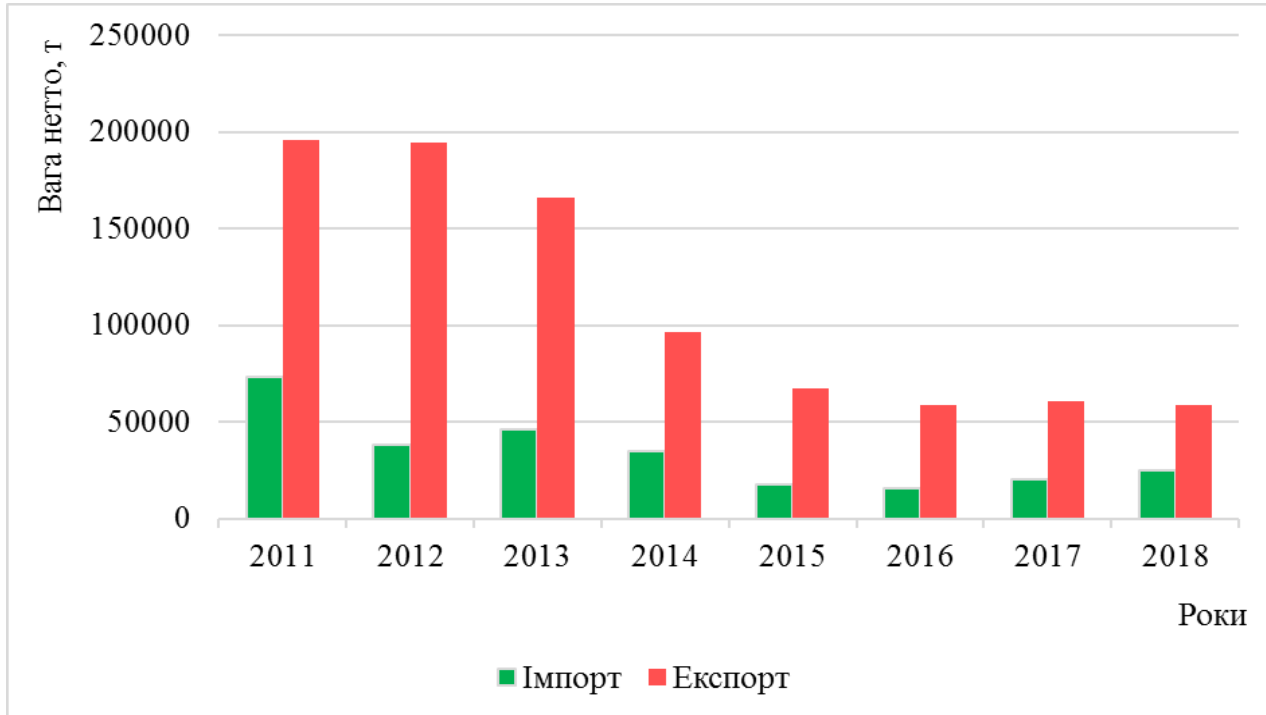


Рис. Б. 1.1. Динаміка виробництва шоколаду, 2011–2018 рр.

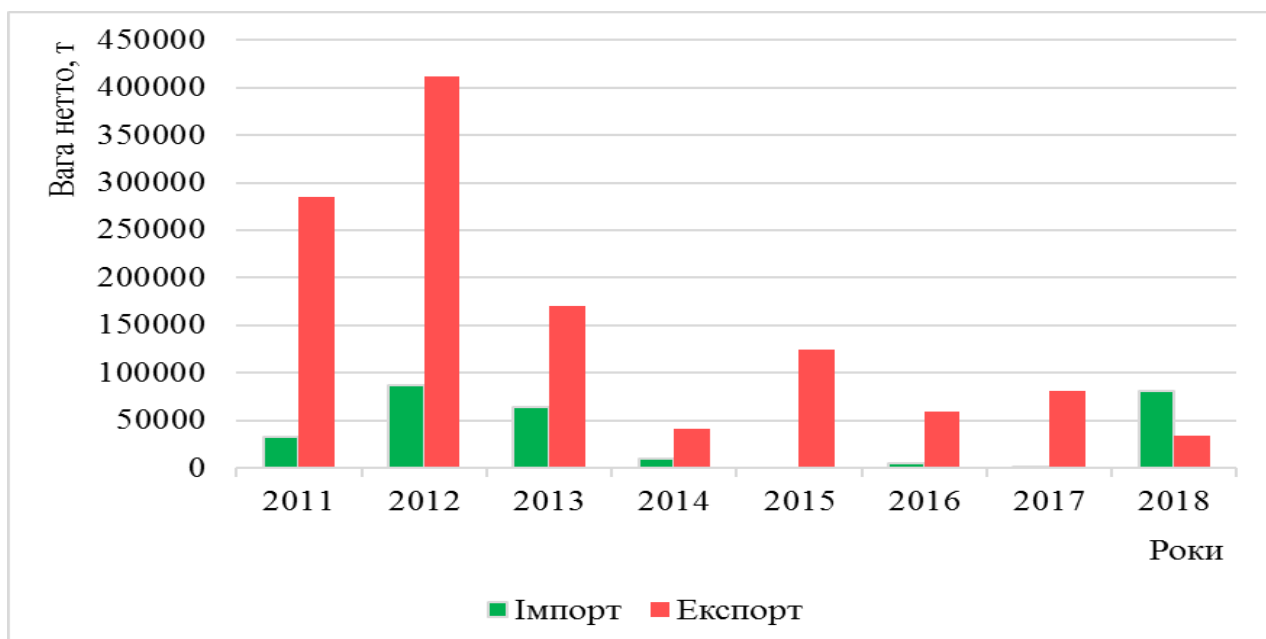


Рис. Б. 1.2. Динаміка виробництва патоки, 2011–2018 рр.

Продовж. додатку Б

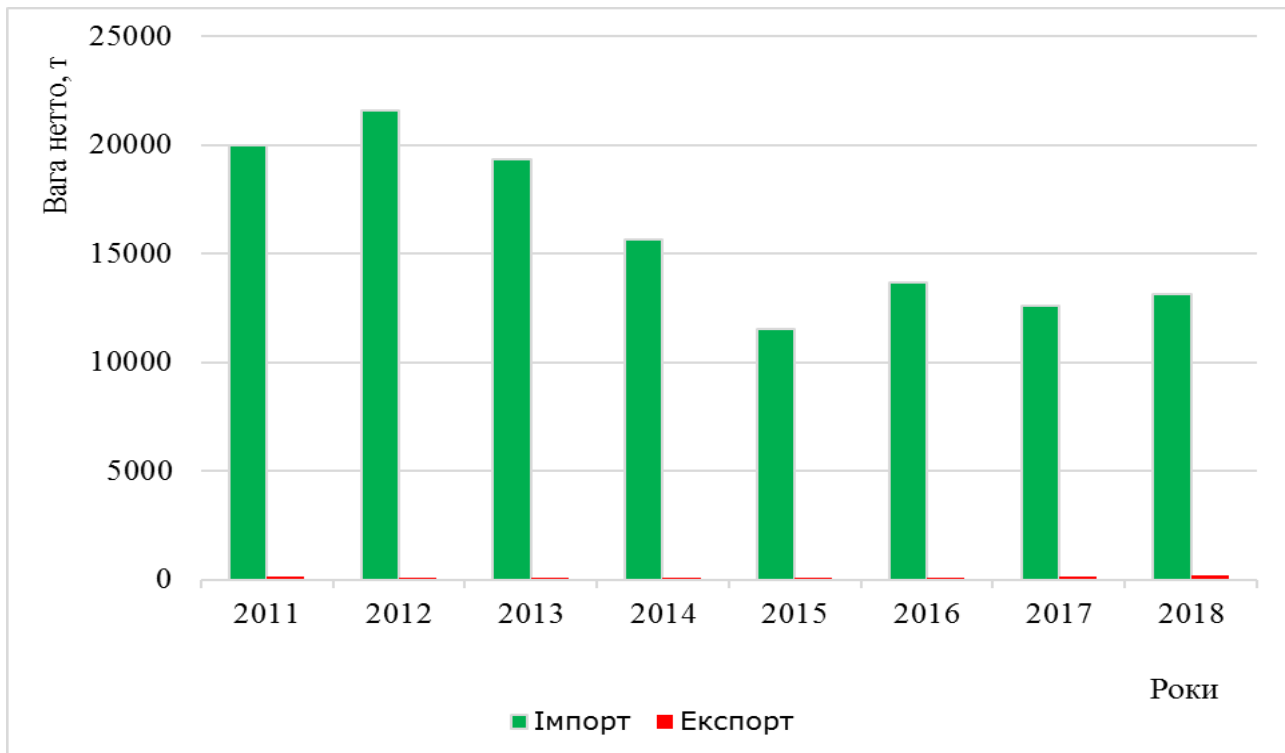


Рис. Б. 1.3. Динаміка виробництва какао-порошку, 2011–2018 рр.

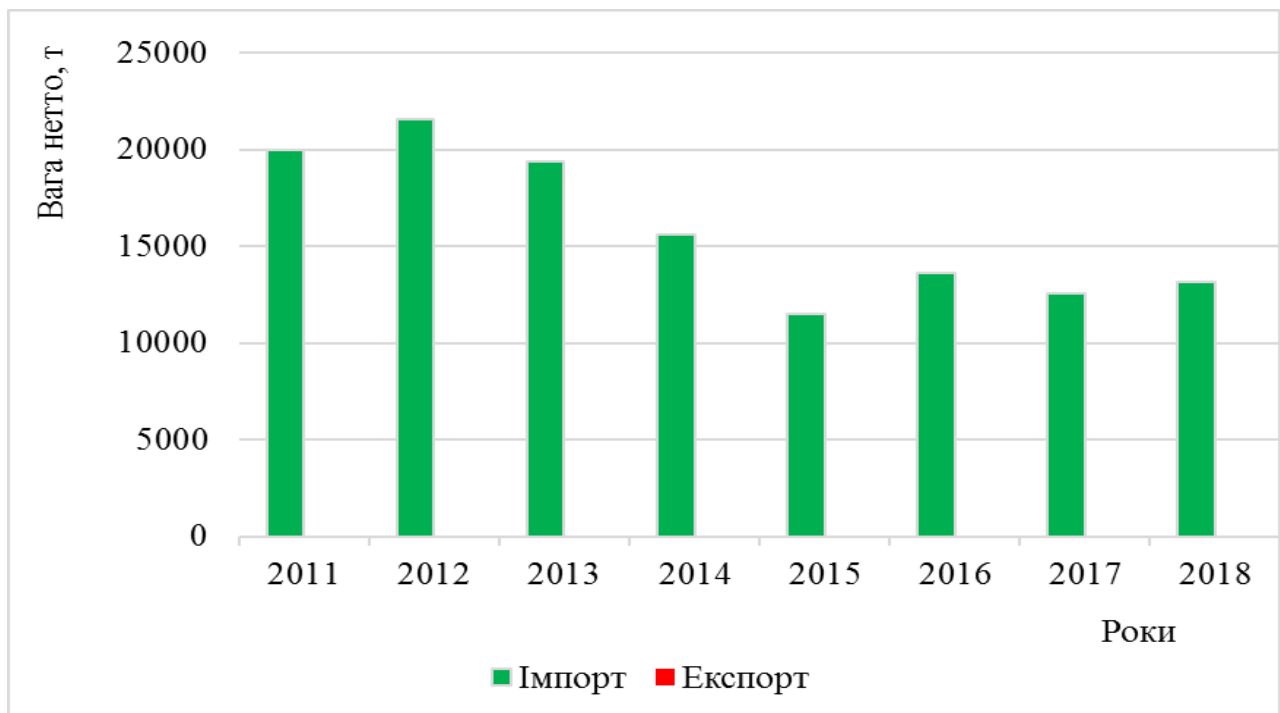


Рис. Б. 1.4. Динаміка виробництва какао-бобів, 2011–2018 рр.

Продовж. додатку Б

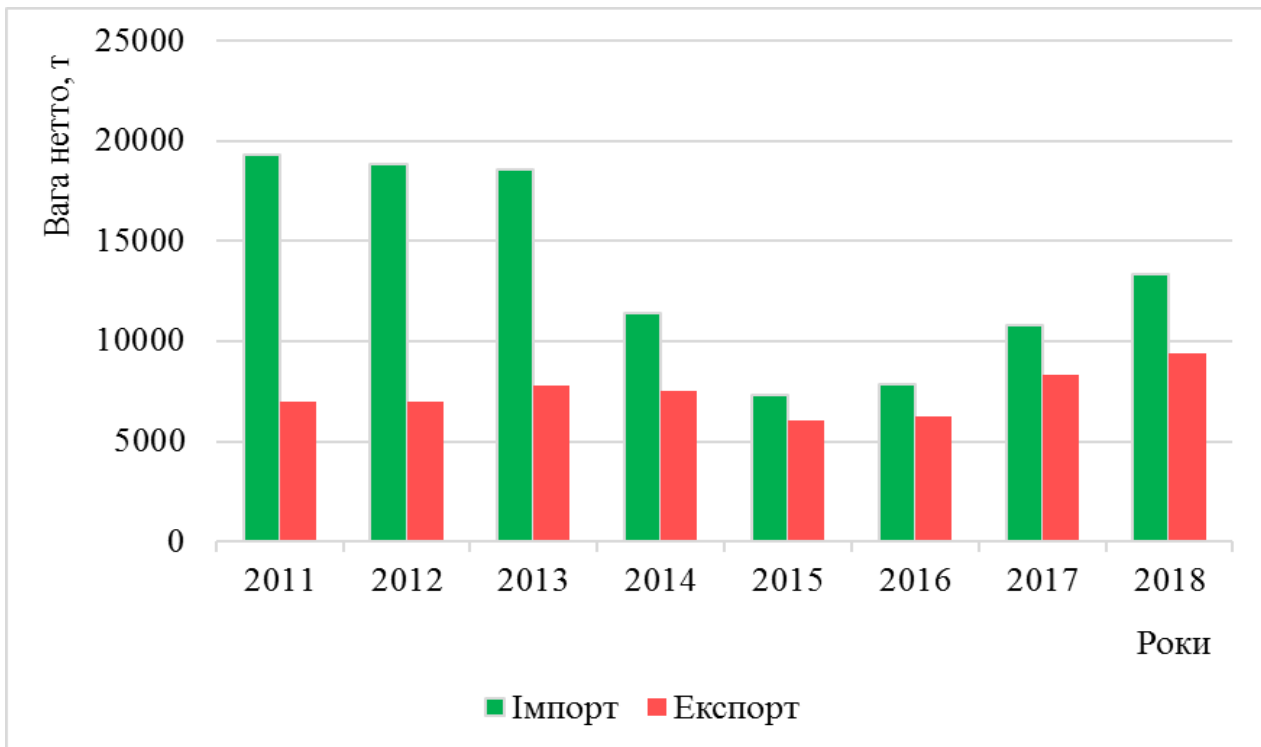


Рис. Б. 1.5. Динаміка виробництва какао-пасту, 2011–2018 рр.

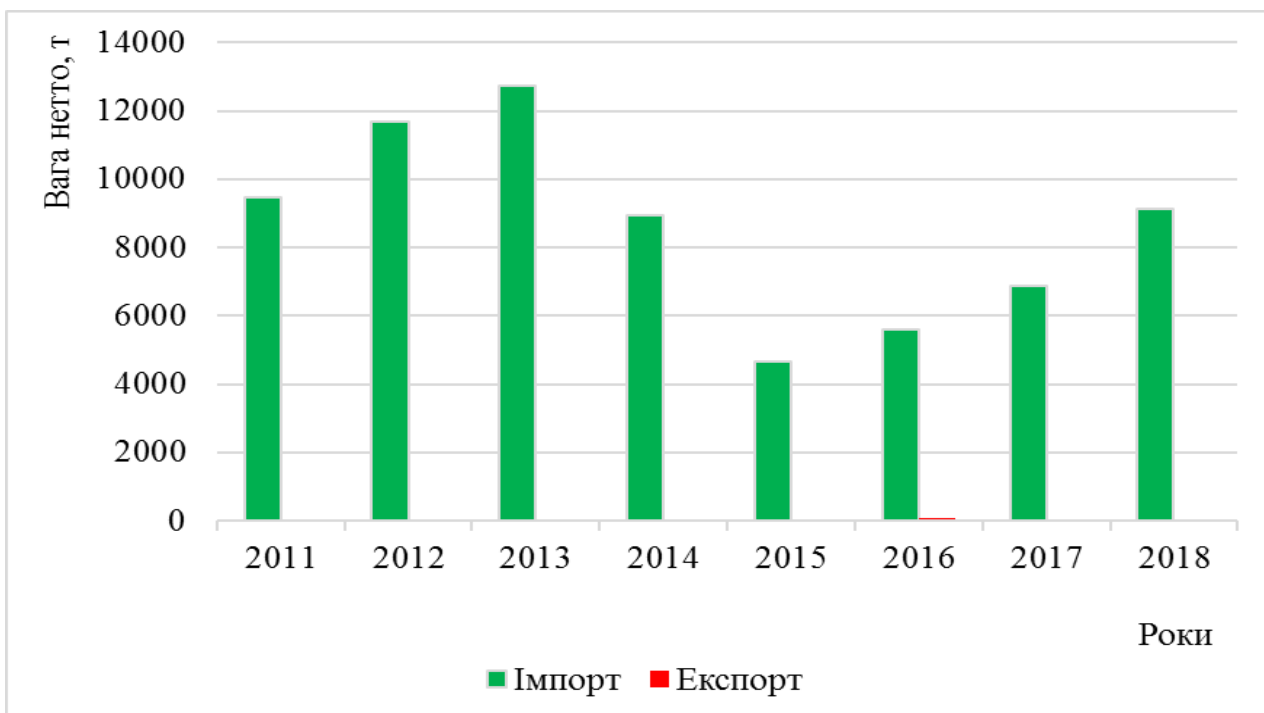


Рис. Б. 1.6. Динаміка виробництва какао-масла і какао-жирів, 2011–2018 рр.

Продовж. додатку Б

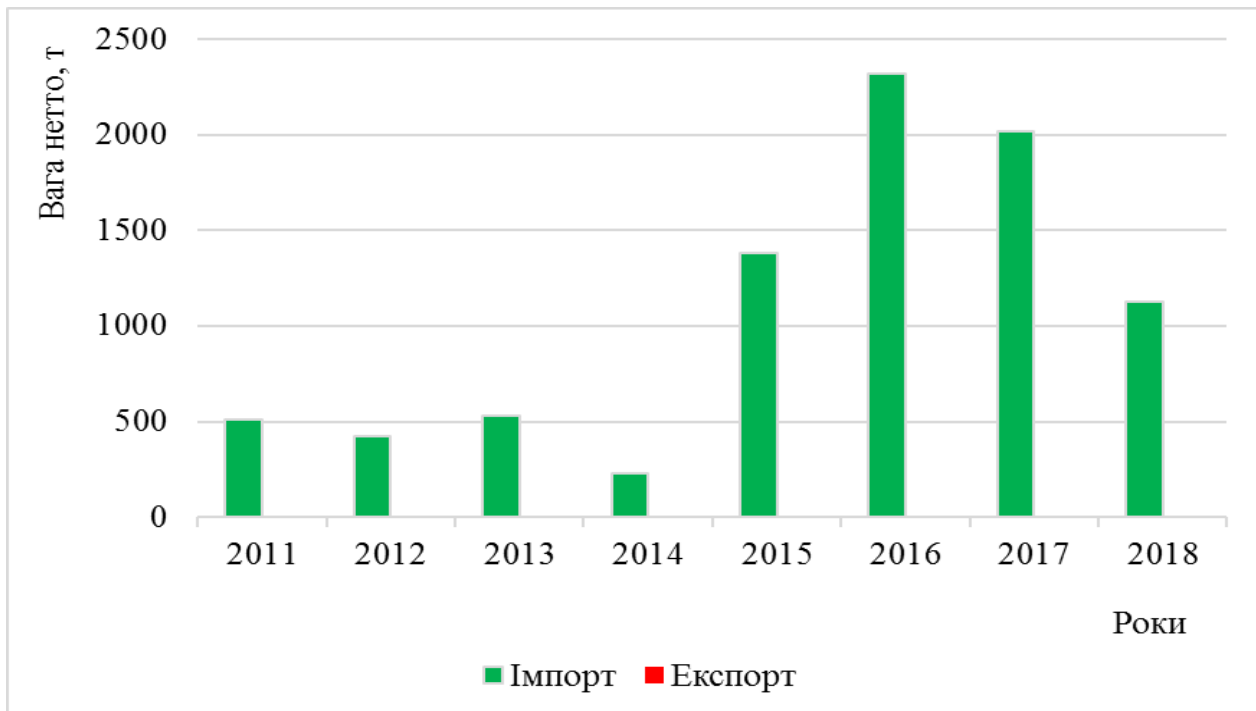


Рис. Б. 1.7. Динаміка виробництва шкаралупи та інших відходів з какао, 2011–2018 рр.

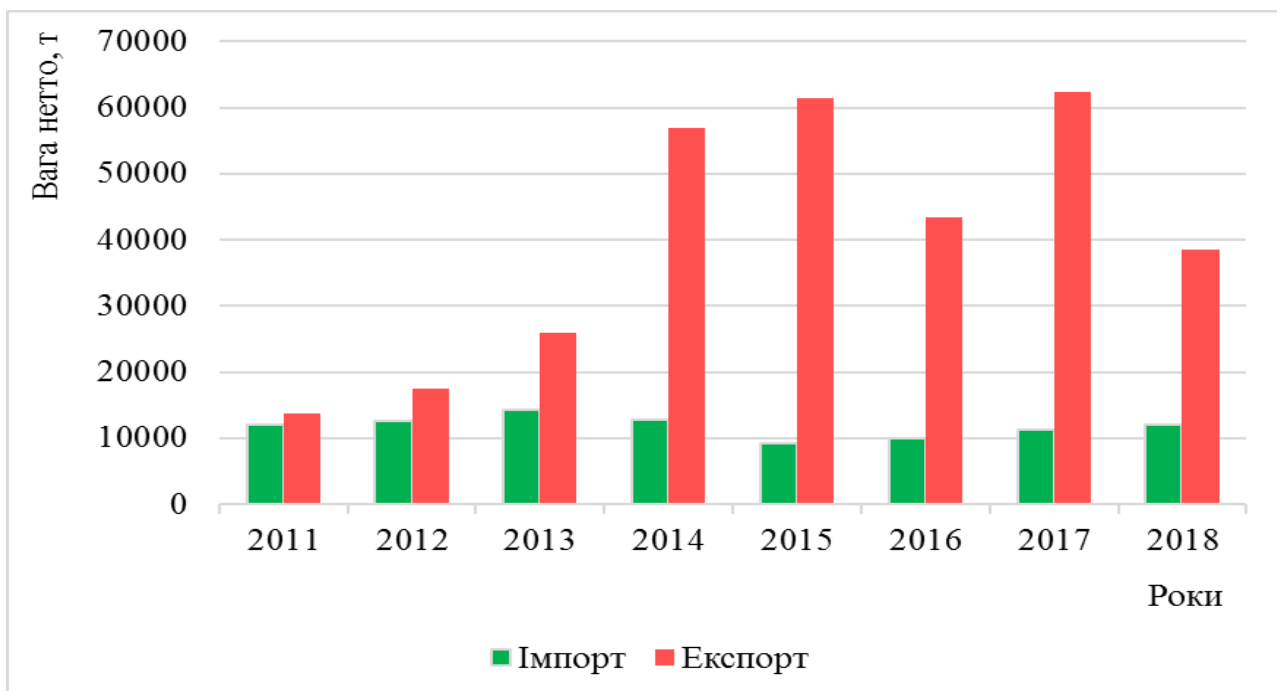


Рис. А. 1.8. Динаміка виробництва екстрактів солодових і готових харчових продуктів без/з какао, 2011–2018 рр.

Продовж. додатку Б

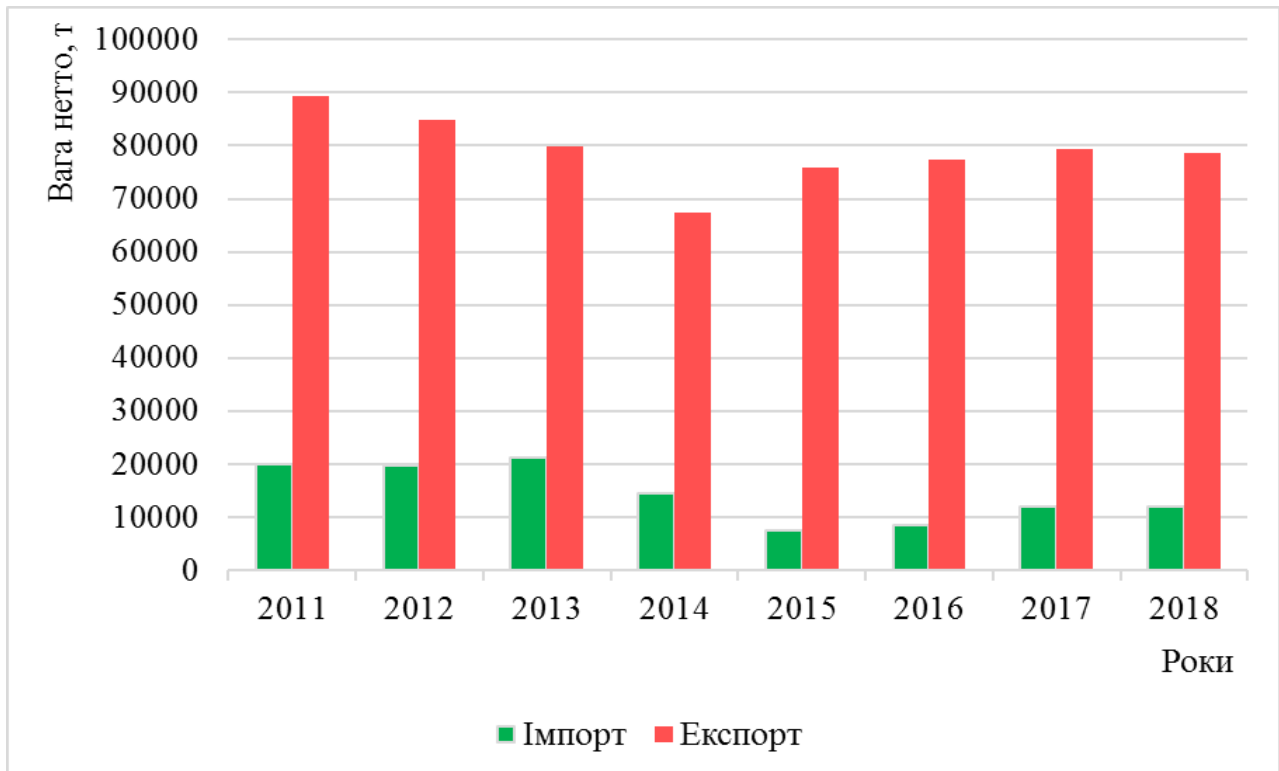


Рис. Б. 1.9. Динаміка виробництва кондитерських виробів з цукру без вмісту какао, 2011–2018 рр.

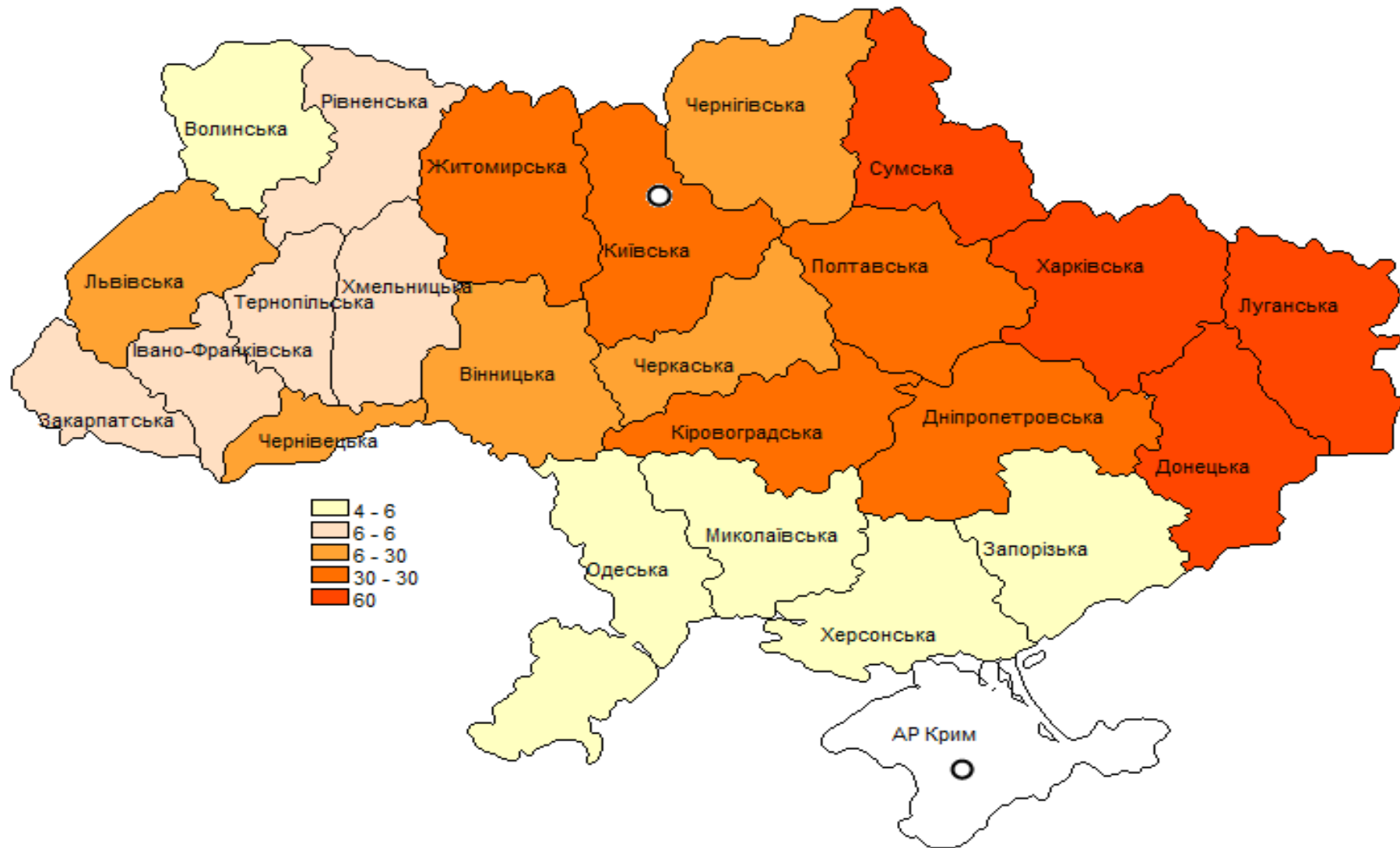


Рис. В. 2.1. Обсяги кондитерського виробництва по областях України, станом на 2014 р.

