

Електронний журнал «Ефективна економіка» включено до переліку наукових фахових видань України з питань економіки (Категорія «Б», Наказ Міністерства освіти і науки України № 975 від 11.07.2019). Спеціальності – 051, 071, 072, 073, 075, 076, 292. Ефективна економіка. 2025. № 7.

DOI: <http://doi.org/10.32702/2307-2105.2025.7.48>

УДК 339.9

О. Г. Михайленко,

*к. е. н., доцент, доцент кафедри міжнародної економіки і світових фінансів,
Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара, м. Дніпро
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-4405-9093>*

О. В. Пащенко,

*к. е. н., доцент, доцент кафедри міжнародної економіки і світових фінансів,
Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара, м. Дніпро
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-9439-5247>*

СУЧАСНІ ТРЕНДИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТОРГІВЛІ УКРАЇНСЬКИМИ ШОКОЛАДНИМИ ВИРОБАМИ НА ЗАРУБІЖНИХ РИНКАХ

О. Mykhailenko,

*PhD in Economics, Associate Professor, Associate Professor of the Department of
International Economics and Global Finance,
Oles Honchar Dnipro National University, Dnipro*

О. Pashchenko,

*PhD in Economics, Associate Professor, Associate Professor of the Department of
International Economics and Global Finance,
Oles Honchar Dnipro National University, Dnipro*

CURRENT TRENDS AND PROSPECTS FOR THE DEVELOPMENT OF TRADE IN UKRAINIAN CHOCOLATE PRODUCTS IN FOREIGN MARKETS

У статті досліджено актуальні тенденції розвитку світового ринку шоколаду та визначено перспективи просування українських шоколадних виробів на зарубіжні ринки. Проаналізовано вплив глобальних факторів, зокрема зміни споживчих уподобань, зростання попиту на органічну та етичну продукцію, діджиталізації торгівлі та міжнародної конкуренції. Розглянуто внутрішні переваги українських виробників, такі як конкурентна ціна, гнучкість виробничих процесів та якісний склад інгредієнтів. Визначено основні бар'єри виходу на зовнішні ринки, серед яких – нестача сертифікації, логістичні труднощі та обмеженість маркетингових ресурсів. У статті запропоновано стратегічні напрями активізації експорту: розвиток крафтового та нішевого сегменту, впровадження міжнародних стандартів якості, розширення участі у міжнародних виставках і використання електронної комерції. Зроблено висновок, що при наявності державної підтримки та стратегічного підходу українська шоколадна продукція має високий експортний потенціал і здатна конкурувати на глобальному ринку.

The article provides a comprehensive analysis of the current state of the global chocolate market, and identifies key factors shaping current trends in international trade in chocolate products, including consumer preferences and behavior, raw materials and cocoa supplies, technological innovations, etc. Particular attention is paid to the study of opportunities and challenges for Ukraine as a potential exporter of competitive chocolate products. The main global trends are revealed, in particular: growing demand for organic and ethical products, expanding the healthy sweets segment, strengthening environmental standards and quality requirements, as well as the activation of online sales. Modern marketing approaches and strategies used by leading global manufacturers to successfully promote chocolate products abroad are analyzed.

In the context of the Ukrainian market, the emphasis is on the advantages of national producers, in particular, affordable price, flexible production capabilities, quality of raw materials and growing interest in products labeled "made in Ukraine".

Key export barriers are outlined, including the lack of international certificates, logistical difficulties, lack of institutional support, and low awareness of Ukrainian brands among foreign consumers. A SWOT analysis of the development of the chocolate and chocolate products market in Ukraine was conducted. The authors offer a number of practical recommendations to improve the efficiency of foreign economic activity of chocolate industry enterprises. In particular, these include diversification of sales markets, increased marketing activity, participation in international exhibitions, implementation of international quality standards (HACCP, ISO, Organic, Fair Trade), and active use of e-commerce tools.

In conclusion, it is noted that, provided that the efforts of business, the state, and the expert community are consolidated, Ukraine has high potential for increasing the volume of chocolate exports, especially in niche and craft segments, with the possibility of strengthening its positions in the global food market.

Ключові слова: *світовий ринок, зарубіжний ринок, шоколад, харчові продукти із вмістом какао, експорт, імпорт.*

Key words: *world market, foreign market, chocolate, food products containing cocoa, export, import.*

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Глобальний ринок шоколаду та харчових продуктів із вмістом какао стикається з численними викликами, що потребують підвищеної уваги як наукової спільноти, так і представників бізнесу. Зокрема, зростає значення забезпечення високої якості та етичності харчової продукції, що стає все більш актуальним на світовій арені. Водночас зміни клімату негативно впливають на врожайність какао-бобів, що є важливою культурою для економік багатьох країн, особливо Західної Африки. Галузь стикається з обмеженістю природних ресурсів, ціновими коливаннями та необхідністю відповідати екологічним стандартам. Сучасні споживачі дедалі частіше віддають перевагу екологічно виробленій продукції, очікуючи від

компаній дотримання принципів сталого розвитку та справедливої торгівлі. У цьому контексті актуальними стають дослідження перспектив і проблем експорту українських шоколадних виробів на зарубіжні ринки.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанням розвитку торгівлі українськими шоколадними виробами на зарубіжних ринках присвячували свої праці як вітчизняні, так і зарубіжні науковці, зокрема: Атаманчук К. В., Балецький Д. О., Задорожний І. М., Лозовська Г.М., Нестерова А.А., Пономарьов П. Х., Сирохман І. В., Шандрівська О. Є. та ін. Автори концентрували увагу на впливі кліматичних змін на виробництво какао, етичним і соціальним аспектам виробництва та торгівлі шоколадом тощо. Недостатньо уваги приділено питанням сучасних трендів та перспектив розвитку міжнародної торгівлі шоколадом та торгівлі українських шоколадних виробів на зарубіжних ринках.

Мета статті полягає у тому, щоб на основі аналізу розвитку внутрішнього ринку шоколаду та продуктами із вмістом какао визначити перспективи розвитку торгівлі українських шоколадних виробів на зарубіжних ринках.

Виклад основного матеріалу дослідження. Сьогодні шоколад є найулюбленішим видом солодошів. Його виготовляють не лише у формі плиток, але й використовують для покриття печива, зефіру та інших десертів. Існує великий асортимент шоколаду з різноманітними начинками, що можуть задовольнити будь-які гастрономічні вподобання. Найголовніше, що цей продукт доступний кожному [1]. Шоколад – це продукт, отриманий шляхом обробки какао-бобів з додаванням цукру та різних ароматизаторів, або без них. До інгредієнтів, які формують смак і аромат шоколадних виробів, належать молочні та жирові продукти, какао-боби, ваніль і навіть цукор. Основною сировиною для виробництва какао-продуктів є какао-боби – це спеціально оброблене та висушене насіння дерева какао. На виробництво надходять різні сорти какао-бобів: африканські (з Аккри, Камеруну, Того, Лагоса, Нігерії, Сан-

Томе); американські (з Бразилії – Байя і Пара), з Еквадору (Арріба), з Антильських островів (Трінідад, Гренада); азіатські (з Яви, Цейлону).

Відповідно до Гармонізованої системи опису та кодування товарів (ГС) та Українській класифікації товарів зовнішньоекономічної діяльності (УКТЗЕД) шоколадні вироби, а саме шоколад та продукцію із вмістом какао відносять до 18 групи «Какао та вироби з нього». Вказана група включає підгрупи, що представлені у таблиці 1. *Згідно меті нашого дослідження, далі будемо розглядати підгрупу 1806 «Шоколад та інші готові харчові продукти з вмістом какао».*

**Таблиця 1. Класифікація товарів 18 групи «Какао та вироби з нього».
за кодами ГС у міжнародній торгівлі**

Код товару	Опис товарної позиції
1801	Какао-боби, цілі або подрібнені, сирі чи обсмажені.
1802	Какао-лушпиння, оболонки, шкірка та інші відходи какао.
1803	Какао-паста, знежирена або незнежирена.
1804	Какао-масло, жир або олія.
1805	Какао-порошок без додавання цукру чи інших підсолоджувачів.
1806	Шоколад та інші харчові продукти з вмістом какао. Охоплює всі форми готових до споживання шоколадних продуктів, включаючи плитки, батончики, цукерки, шоколадні креми, шоколадні напої тощо.

Джерело: складено автором за даними [2]

На сьогоднішній день у міжнародній торгівлі застосовуються методи нетарифного регулювання до товарів підгрупи 1806 «Шоколад та інші харчові продукти з вмістом какао». Зокрема, для шоколаду передбачено технічне регулювання, яке включає вимоги щодо дотримання національних стандартів, отримання сертифікатів відповідності для імпортованої продукції, спеціального маркування та упаковки товарів, а також дотримання санітарно-гігієнічних норм та інших вимог, встановлених законодавством країни.

Товари, що імпортуються в Україну, підлягають обов'язковій сертифікації на відповідність фармакологічним, санітарним, фітосанітарним, ветеринарним та екологічним нормам, якщо такі норми застосовуються до аналогічних товарів національного виробництва відповідно до законодавства України.

Основним нормативно-технічним документом, що регулює якість шоколаду в Україні є Наказ Міністерства аграрної політики та продовольства України 13.04.2016 р. № 157 «Про затвердження Вимог до продуктів з какао та шоколаду». Цей наказ має статус Технічного регламенту, тобто закону України або нормативно-правового акту, у якому визначено характеристики продукції або пов'язані з нею процеси чи способи виробництва, дотримання яких є обов'язковим [3].

З 1 січня 2018 року в Україні почали діяти європейські вимоги до якості какао і шоколаду, що спрямовані на забезпечення відповідності європейським стандартам безпечності та якості харчових продуктів. Впровадження європейських норм для продуктів з какао та шоколаду є зобов'язанням для України в рамках виконання Угоди про Асоціацію з ЄС та є обов'язковими до виконання [3]. Ці вимоги сприяють виходу українських виробників на європейський ринок та прописані в Директиві 2000/36/ЄС. Основні положення Директиви 2000/36/ЕС:

1. Темний (чорний) шоколад: це шоколад з найвищим вмістом какао-продуктів. Відповідно до стандартів, у ньому має бути не менше 35% загальної кількості какао-продуктів (какао-маса, какао-масло). Він не містить молочних інгредієнтів і має насичений гіркуватий смак.

2. Молочний шоколад: має ніжніший смак і м'якшу текстуру завдяки додаванню молочних продуктів. Його склад повинен містити не менше 25% какао-продуктів і щонайменше 14% молочних інгредієнтів (сухе молоко, згущене молоко, вершки тощо).

3. Білий шоколад: він не містить какао-маси, тому не має характерного шоколадного смаку, однак має в складі какао-масло. Згідно з вимогами, білий шоколад повинен містити не менше 20% какао-масла та не менше 14% молочних продуктів.

4. Шоколадні цукерки з начинкою: це вироби, в яких зовнішній шар складається з шоколаду, а всередині – начинка (горіхова, карамельна, лікерна

тощо). Щоб продукт міг називатися «шоколадною цукеркою», у ньому має бути не менше 25% шоколаду.

5. Шоколад з добавками: у шоколад дозволяється додавати горіхи, родзинки, цукати, кокосову стружку, сухофрукти тощо. Однак при цьому продукт повинен залишатися шоколадом за базовими показниками — вміст какао не може бути меншим за встановлений мінімум.

6. Какао-продукти: до них належать порошок какао, какао-маса та какао-масло. Усі вони є базою для виготовлення шоколаду. За українськими вимогами, масова частка какао-масла в какао-продуктах має бути не менше 20%.

Крім того, забороняється додавання в ці продукти ароматизаторів, що імітують смак шоколаду, використовувати замінники молочних продуктів. Дозволено додавати натуральні інгредієнти, такі як подрібнені горіхи, родзинки, кокосову стружку, сухофрукти тощо. Для забезпечення належної інформованості споживачів ці вимоги поширюються на маркування продуктів з какао і шоколаду [3].

У разі невідповідності продукту європейським вимогам, він не зможе називатися «шоколадом» або «шоколадним», а матиме назву «солодкий батончик» чи «глазурована цукерка».

Основним національним стандартом України, що регулює норми до шоколаду є стандарт ДСТУ 3924:2014 «Шоколад. Загальні технічні вимоги». Даний стандарт містить в собі загальні технічні вимоги, вимоги щодо безпеки, щодо охорони довкілля та утилізації, маркування, пакування, транспортування та зберігання, методи контролювання. Після введення європейських норм національні стандарти якості стали добровільними для виконання [3].

Як і всі харчові продукти, що продаються в ЄС, шоколадні вироби повинні відповідати Загальному закону про харчові продукти (Регламент (ЄС) 178/2002) і загальним правилам харчової гігієни (Регламент (ЄС) 2017/625). Загальний закон про харчові продукти зосереджується на відстежуваності. Тому для експортерів шоколаду від дерева до плитки важливо мати надійну та

добре задокументовану інформацію про походження своїх какао-бобів, включаючи конкретні номери партій та інформацію про виробника [4].

Правила Європейського Союзу щодо маркування харчових продуктів гарантують, що споживачі отримають важливу інформацію, яка дозволить їм зробити усвідомлений вибір при покупці їжі. Існують спеціальні правила щодо споживчої упаковки, яка контактує з шоколадом. Правила щодо цього наведені в Регламенті (ЄС) № 1935/2004. Важливо, щоб пакувальні матеріали, які використовуються для шоколадного виробу, не загрожували здоров'ю людини, не змінювали неприйнятним чином склад їжі та не погіршували її смак і запах [4].

Виробники, які отримають міжнародні сертифікати якості (ISO, HACCP, Organic, FairTrade), матимуть більше шансів вийти на розвинені ринки.

Мита можуть застосовуватися до імпорту шоколадних виробів. Однак це залежить від окремої країни, оскільки європейські країни застосовують різні режими імпорту шоколаду залежно від статусу окремої країни-виробника з точки зору Загальної системи преференцій (GSP), угод про економічне партнерство (EPA) або двосторонніх торгових угод [4].

Кондитерська промисловість в Україні добре розвинута і представлена як місцевими компаніями, так і міжнародними корпораціями. У складі кондитерського виробництва в Україні шоколад та продукти з вмістом какао займають 23,6%. Значна частина кондитерської продукції виготовляється місцевими компаніями, проте імпорт у цьому сегменті активно зростає. Це пов'язано з підвищенням інтересу українських споживачів до закордонних солодощів, які сприймаються як більш якісні.

Однак, український шоколадний ринок залишається нестабільним та постійно змінюється. На ринку України існують декілька крупних виробників шоколадної продукції. Відомими виробниками шоколаду в Україні є компанії «ROSHEN», «Світоч», шоколадна фабрика Millennium, АВК, Конти.

Продукція компанії «ROSHEN» представлена в 55 країнах, включаючи Україну, США, Канаду, країни Європи, Грузію, Китай, Японію, Корею,

Казахстан, Вірменію та інші [5]. У 2024 р. корпорація ROSHEN збільшила свої доходи на 15%. У 2023 р. їх виторг склав 31,9 млрд грн. Основним чинником зростання стало активне розширення експортних напрямків, зокрема, до країн Центральної Європи. Наразі експорт становить 55% від загального обсягу продажів ROSHEN. До п'ятірки країн з найбільшими обсягами продажів продукції компанії входять Польща, Румунія, Казахстан, Азербайджан та країни Близького Сходу [6].

Ще одним відомим українським виробником шоколаду є «Корона», яка входить до складу міжнародної корпорації Mondelez. До початку повномасштабного вторгнення продукцію «Корони» виготовляли на фабриці в Тростянці, Сумської області, але під час окупації російські війська завдали їй значної шкоди, і виробництво вдалося відновити лише нещодавно. На тростянецькому на фабриці виготовляють шоколадні вироби під брендами «Корона», Milka, а також печиво Oreo, Tusc, Belvita та інші продукти [7].

Компанії ROSHEN і Millennium (Malbi Foods LLC) займають провідні позиції на кондитерському ринку України та мають значний вплив на міжнародних ринках. ROSHEN відрізняється широким асортиментом продукції та наявністю виробничих потужностей за межами країни, в той час як Millennium активно розвиває шоколадні вироби преміум-сегмента. Обидві компанії акцентують увагу на інноваціях та екологічних ініціативах, відповідаючи актуальним тенденціям ринку. Натомість, Mondelez та Nestle є міжнародними компаніями, які придбали виробництво в Україні. Варто зауважити, що у 2024 р. відповідно до рейтингу «2024 Global Top 100 candy companies» компанія Mondelez займала 1 позицію з обсягами продажів у 36 млрд. дол. США, Nestle – 5 позицію із обсягами продажів у 9,4 млрд. дол. США. Корпорація ROSHEN займала 24 позицію (обсяги її продажів склали 800 млн дол. США), у порівнянні із 2023 р., коли компанія зайняла 23 місце. Millennium Chocolate Factory (Malbi Foods LLC) в даному рейтингу у 2024 р. посіла 70 позицію з обсягами продажів у 225 млн дол. США, у порівнянні із 77 позицією у 2023 р. [8, 9].

В Україні, крім великих шоколадних виробництв, існують також крафтові компанії. Незважаючи на війну та зростання цін на сировину, вони продовжують свою діяльність і дотримуються високих стандартів якості своєї продукції. Одним з українських крафтових брендів з виробництва шоколаду є Ineo – виробник натуральних та доступних продуктів. Філософія та якість сировини є тими аспектами, які вирізняють Ineo серед масових шоколадних виробників. До початку повномасштабного вторгнення компанія закуповувала какао-боби у перевірених постачальників, які особисто відвідували ферми у Венесуелі, займалися логістикою та перетворювали боби на європейських заводах. Завдяки такій системі постачання Ineo могла повністю контролювати шлях какао-бобів. Наразі компанія прагне об'єднатися з іншими крафтовими виробниками, щоб здійснювати закупівлю сировини великими партіями безпосередньо у фермерів [7].

Ще одним гравцем на ринку крафтового шоколаду є луцький бренд Sisters A. Chocolate. Шоколад Sisters A. Chocolate вирізняється тим, що виготовляється за принципом «від боба до плитки» – усі етапи, від обсмаження бобів до створення шоколаду, проходять безпосередньо на їхньому виробництві. Sisters A. Chocolate закуповують какао-боби у дрібних фермерів – вони співпрацюють з нідерландським постачальником Daarnhouwer, який ретельно контролює походження бобів. Крім того, Sisters A. Chocolate працюють з етичними фермами в Домінікані (Öko-Caribe), Белізі (Peini Cacao) та на Мадагаскарі (Mava) [7].

Серед крафтових шоколадних виробників в Україні Львівська майстерня шоколаду, безсумнівно, є найпопулярнішою. Цей бренд існує вже близько 15 років і має мережу магазинів у багатьох містах України та за її межами, зокрема в Азербайджані.

Аналіз структури дистрибуції на світовому ринку шоколаду свідчить про чітку сегментацію каналів збуту відповідно до споживчих уподобань і поведінки. Провідну роль відіграють супермаркети та гіпермаркети (38%), що забезпечують широкий вибір продукції, зручність доступу та сприяють

зростанню обсягів продажів. Роздрібні магазини (34%) залишаються важливими завдяки своїй доступності й здатності стимулювати імпульсивні покупки. Онлайн-канали (18%) демонструють стрімкий розвиток, забезпечуючи комфорт покупок і розширення ринкового охоплення. Інші канали (10%) – такі як спеціалізовані магазини й бутики – спрямовані на задоволення потреб споживачів, орієнтованих на ексклюзивні, крафтові продукти. Отже, ефективна дистрибуційна стратегія в сегменті шоколадної продукції передбачає мультиканальний підхід з урахуванням специфіки кожного типу роздрібного простору [10].

Провідні українські компанії на міжнародному ринку шоколаду досягли значних результатів завдяки високій якості своєї продукції, інноваційним підходам та розширенню експортних можливостей. Вони активно модернізують свої виробничі потужності та розширюють асортимент, враховуючи глобальні тенденції, такі як зростаючий попит на органічні та низьковуглеводні продукти. Крім того, компанії акцентують увагу на екологічних ініціативах і стійкому постачанні сировини, що допомагає їм зберігати конкурентоспроможність на світовій арені та посилювати свою присутність на ринках Європи, Азії та інших регіонів.

Шоколад та інші харчові продукти з вмістом какао (підгрупа 1806) є одним із перспективних напрямків українського експорту. Експорт цієї продукції з України у 2024 р. зріс на 38,6% відносно 2023 р., досягнувши 264,45 млн дол. США [2].

На сьогоднішній день сектор шоколаду та шоколадних виробів з вмістом какао є одним із найбільш перспективних сегментів глобального ринку кондитерських виробів. Протягом 2019-2024 рр. світові обсяги експорту шоколаду зросли на 47%, досягнувши 43,8 млрд. доларів США (рис. 1). Частка України у світових обсягах експорту протягом аналізованого періоду була відносно стабільною і у 2024 р. склала 0,6% [2].



Рис. 1. Динаміка світових обсягів експорту та частка України за товарною підгрупою 1806 «Шоколад та інші готові харчові продукти з вмістом какао» протягом 2019-2024 рр., млн дол. США

Джерело: побудовано авторами за даними [2]

З 2019 по 2024 рр. ми можемо спостерігати збільшення обсягів експорту та імпорту по товарам підгрупи 1806 «Шоколад та інші готові харчові продукти з вмістом какао» по основним країнам-експортерів та країнам-імпортерів (табл. 2). Щодо прогнозів, очікується, що обсяги світового ринку шоколаду зростуть на 4,1% у період з 2025 по 2030 роки.

У 2024 році основними країнами-експортерами шоколаду та інших готових харчових продуктів з вмістом какао були: Німеччина (16,7% від світового експорту), Бельгія (10,8%), Польща (7,3%), Італія (7%), Нідерланди (6,7%), Канада (5,6%), США (4,8%), Франція (4,6%), Великобританія (3%) та Швейцарія (2,7%). Основними країнами-імпортерами шоколаду та продуктів з вмістом какао стали: США, Великобританія, Німеччина, Франція, Нідерланди, Бельгія, Канада, Польща, Іспанія та Італія (табл. 2.).

Таблиця 2. Географічна структура світового експорту та імпорту за товарною підгрупою 1806 «Шоколад та інші готові харчові продукти з вмістом какао» протягом 2019-2024 рр., млн дол. США

Позиція	Країна	2019	2020	2021	2022	2023	2024	Темпи змін 2024/2019, %	Частка країни у світовому експорті даної підгрупи 1806, 2024 р., %
<i>Експорт</i>									
1	Німеччина	4955	4903	5406	5439	6262	7115	+44	16,7
2	Бельгія	3169	3141	3589	3324	4007	5254	+ 65	10,8
3	Польща	1834	2079	2344	2356	2701	3262	+ 77	7,3
4	Італія	2109	2097	2483	2439	2661	3121	+ 48	7,0
5	Нідерланди	1989	1837	2124	2246	2553	2833	+ 42	6,7
6	Канада	1595	1612	1770	1971	2061	2759	+ 73	5,6
7	США	1660	1394	1684	1735	1798	2139	+ 29	4,8
8	Франція	1226	1309	1564	1488	1728	1910	+ 56	4,6
9	Великобританія	983	1006	1024	1009	1052	1198	+ 22	3,0
10	Швейцарія	835	752	854	882	1031	1173	+ 40	2,7
...									
28	Кот-д'Івуар	151,5	74,6	183,2	194,2	216,8	269,5	+ 27	0,61
29	Україна	169,6	158,3	188,2	143,6	190,8	264,4	+ 56	0,60
30	Австралія	224,3	240,7	273,1	265,6	212,7	248,4	+ 11	0,50
<i>Імпорт</i>									
1	США	2956	2886	3225	3833	4046	4921	+ 66	11,3
2	Великобританія	2081	2242	2309	2671	3105	3618	+ 74	8,3
3	Німеччина	2432	2426	2587	2497	3003	3747	+ 54	8,6
4	Франція	2171	2209	2545	2414	2721	3378	+ 56	7,7
5	Нідерланди	1313	1339	1572	1583	1779	2160	+ 64	4,9
6	Бельгія	994	1043	1136	1067	1365	1798	+ 81	4,1
7	Канада	1015	1015	1154	1243	1297	1540	+ 52	3,5
8	Польща	832	943	1093	1072	1204	1481	+ 78	3,1
9	Іспанія	635	606	724	725	837	1010	+ 59	2,3
10	Італія	612	632	712	672	785	909,8	+ 48	2,0
....									
46	Литва	130,1	133,0	138,9	149,3	184,3	201,2	+ 55	0,46
47	Україна	150,4	189,1	228,1	130,1	166,1	199,4	+ 32	0,45
48	Бразилія	139,1	112,6	139,7	121,4	161,4	185,4	+ 33	0,46

Джерело: складено авторами за даними [2]

З 2019 по 2024 рр. в Україні ми можемо спостерігати збільшення обсягів експорту на 56% та імпорту на 32 % по товарам підгрупи 1806 «Шоколад та інші готові харчові продукти з вмістом какао».

У 2024 році Україна займала 29 позицію за обсягами експорту за товарною позицією 1806 «Шоколад та інші готові харчові продукти з вмістом

какао» (табл. 2). На 28 місці знаходився Кот-д'Івуар, на 30 – Австралія. Варто зазначити, що протягом 2019-2024 років позиція України за обсягами експорту шоколаду змінювалась, зокрема, у 2019 році країна посідала 30 позицію. Підвищення позиції сприяла швидка адаптація українських компаній до викликів пандемії, розширення експортних ринків через підписання Угоди про асоціацію з ЄС, а також завоювання прихильності споживачів на зовнішніх ринках саме крафтових виробників. Щодо імпорту, то Україна у 2024 році посідала 47 позицію із обсягами імпорту за товарною позицією 1806 «Шоколад та інші готові харчові продукти з вмістом какао» у 199,4 млн дол., а у 2019 р. – 41 позицію. Такі тенденції пов'язані із порушенням логістичних ланцюгів, зміною кон'юктури ринку какао-бобів та посиленням позицій України як виробника якісного шоколаду.

Споживання шоколаду за регіонами світу розподіляється наступним чином: на Європу припадає найбільша частка – 37%, на Північну Америку – 27%, на Азіатсько-Тихоокеанський регіон – 19%, Південну Америку – 9% та Близький Схід і Африку – 8%. При цьому, пріоритет споживачі надають молочному шоколаду – 58% споживання, на другому місці – темний шоколад (34%) та на третьому – білий (8%) [11].

Сьогодні потрібно враховувати основні тренди на світовому ринку шоколадних кондитерських виробів, а саме:

- шоколад без добавок залишаються найпопулярнішими серед шоколадних кондитерських виробів;
- популяризація здорового способу життя, характерна для розвинутих країн, підвищує попит на більш «здорові» альтернативи, такі як: продукти зі зменшеним вмістом доданого цукру або з використанням інших підсолоджувачів; шоколад з корисними інгредієнтами; вироби з натуральних та органічних компонентів; шоколад виключно на рослинній основі. З поширенням веганських та флексітаріанських дієт споживачі все більше шукають закуски та десерти на основі рослинного шоколаду.

- нові смаки стимулюють споживачів купувати шоколадні вироби.

Виробники активно експериментують із новими смаками, текстурами та ароматами, щоб привернути увагу покупців, випускаючи обмежені серії або сезонні види шоколаду. Наприклад: несолодкі та гострі смаки (перець чилі, імбир, сіль, гірчиця, лавровий лист); локальні аромати (екзотичні фрукти, квіти, трави, насіння, спеції); незвичайні комбінації смаків (перець чилі з вишнею, ягоди з матча).

- фокус на снєк (snackification). Тренд на збільшення споживання снєків, зумовлений активним способом життя та браком часу на повноцінні прийоми їжі, також стосується шоколадних виробів. Виробники пропонують зручну упаковку, невеликі порції та відповідне позиціонування своєї продукції [12];

- преміальний шоколад залишається продуктом для певної ніші, але значна частина споживачів готова придбати його в якості подарунка або на особливі випадки. Це призводить до підвищення стандартів для таких виробів. Преміальний шоколад характеризується використанням високоякісних інгредієнтів, складними та витонченими смаками й ароматами, незвичайними формами та привабливою упаковкою.

- серед найпопулярніших запитів можна відзначити «цукерки ручної роботи». Таким чином, крафтові виробники, які спеціалізуються на виготовленні оригінальних солодоців, у тому числі в преміум-сегменті, продовжують набирати популярність [13].

Варто зазначити, що споживачі все більше звертають увагу на органічний шоколад, який не містить штучних барвників, ароматизаторів і консервантів, а також виготовлений з екологічних інгредієнтів. Такий шоколад не тільки смачний, але й корисніший для здоров'я, оскільки містить більше антиоксидантів та інших корисних речовин. У 2023 році світовий ринок органічного шоколаду досяг обсягу 13 мільярдів доларів США, що стало результатом зростаючої усвідомленості споживачів щодо здорового способу життя та бажання споживати екологічні продукти. Очікується, що ринок

продовжить своє зростання в наступні роки, досягнувши 19,5 мільярдів доларів США до 2028 року [14].

Додатково, зростаюча усвідомленість про користь темного шоколаду для здоров'я сприяє розвитку цього сегмента ринку. Сприятливе сприйняття чорного шоколаду як функціональної їжі призводить до його включення в асортимент преміум-продуктів і спеціалізованих товарів, що ще більше підвищує попит на нього та стимулює зростання ринку.

Як бачимо з рис. 2, динаміка експорту шоколаду з України за останні три роки була позитивною. Обсяги експорту за підгрупою 1806 «Шоколад та інші готові харчові продукти з вмістом какао» протягом 2022-2024 рр. збільшились на 84% до 264,4 млн дол. США.



Рис. 2. Динаміка експорту та імпорту України за товарною підгрупою 1806 «Шоколад та інші готові харчові продукти з вмістом какао» протягом 2019-2024 рр., млн дол. США

Джерело: побудовано авторами за даними [2]

Варто зазначити, що частка експорту за товарною позицією 1806 «Шоколад та інші готові харчові продукти з вмістом какао» у загальних обсягах експорту України протягом 2019-2024 рр. збільшилась з 0,36% до 0,65% у 2024 р.. Цьому сприяли, зокрема, вихід на ринки ЄС. Україна є одним з лідерів експорту шоколаду до країн ЄС, зокрема, у 2024 р. Україна експортувала шоколаду на суму 132 млн дол. до країн ЄС [2].

Україна найбільше експортує шоколадні вироби до країн Європейського Союзу, що становить 50% від загального обсягу експорту за підгрупою 1806 «Шоколад та інші готові харчові продукти з вмістом какао». Серед основних партнерів України можна виділити Казахстан, Румунію, Болгарію, Польщу, Угорщину, Грузію (рис. 3).

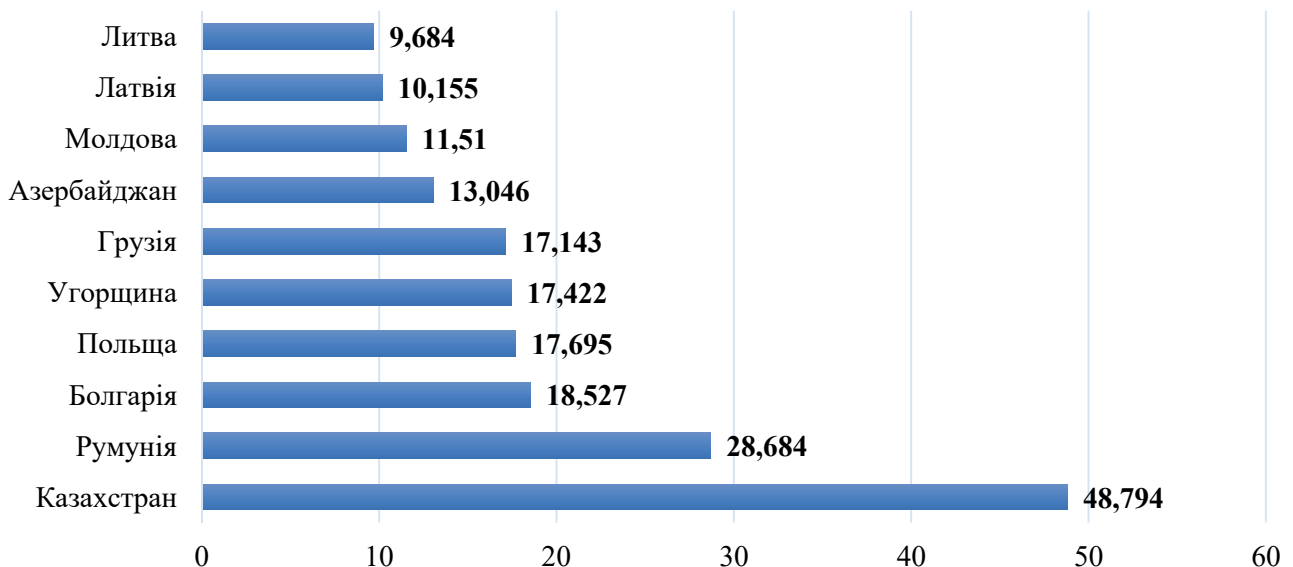


Рис. 3. Основні країни-імпортери з України за товарною підгрупою 1806 «Шоколад та інші готові харчові продукти з вмістом какао» у 2024 р., млн дол. США

Джерело: побудовано авторами за даними [2]

З рис. 4 ми можемо спостерігати, що основними країнами-експортерами шоколаду до України у 2024 р. були: Польща (34% від загального імпорту товару підгрупи 1806 або 68,3 млн дол. США), Німеччина (12,6% або 25,1 млн дол. США), Нідерланди (9,3% або 18,6 млн дол. США), Бельгія (8,7% або 17,3 млн дол. США), Австрія (6,3% або 12,5 млн дол. США) та інші.

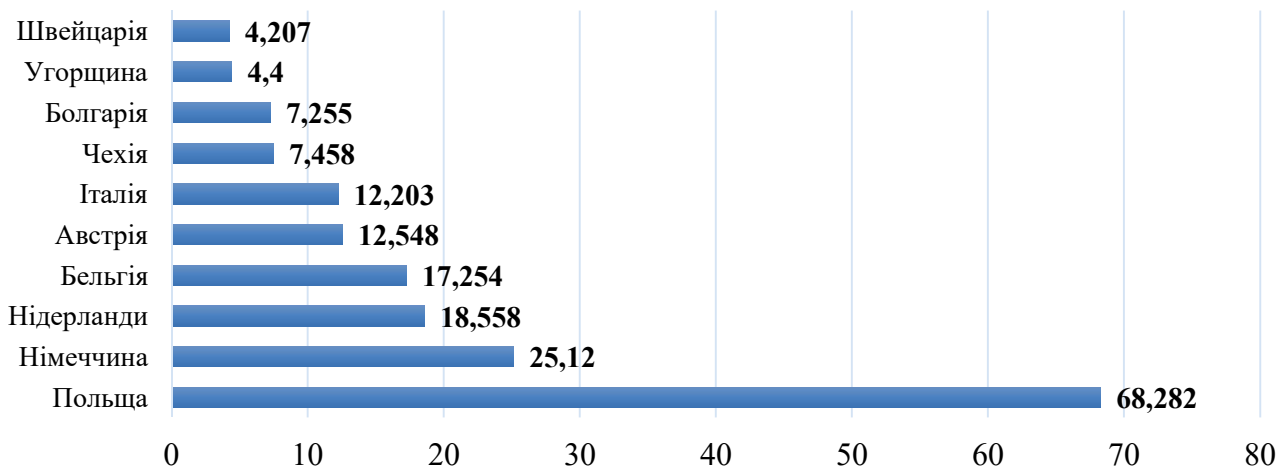


Рис. 4. Основні країни-експортери до України за товарною підгрупою 1806 «Шоколад та інші готові харчові продукти з вмістом какао» у 2024 р., млн дол. США

Джерело: побудовано авторами за даними [2]

На сьогоднішній день світовий ринок какао стикається з безпрецедентною кризою. Ціни на какао-боби досягли рекордних показників, становлячи 12,26 тис. дол. США за тонну у грудні 2024 р., а у березні 2025 р. вони стабілізувалися на рівні 8,123 тис. дол. США за тонну [15]. Сезон збору какао відбувається в складних умовах. Наприклад, явище Ель-Ніньйо спричинило посухи в Західній Африці, що призвело до зниження врожайності в основних країнах-виробниках. Додатково, захворювання какао-дерев, зокрема вірус набрякlostі пагона, суттєво вплинули на обсяги постачання. У поєднанні з ростом попиту на якісне какао ці чинники викликали різке підвищення цін.

Крім погодних факторів, на вартість какао також впливають урядові політики Гани та Кот-д'Івуару. Ці країни суворо контролюють ринок какао-бобів і встановлюють ціни для фермерів, які не отримують належну компенсацію за свою працю. Внаслідок низьких доходів фермери неохоче засаджують нові плантації – за останні 25 років у Кот-д'Івуарі не з'явилося жодної нової.

Головним викликом для світового шоколадного ринку є зростаючий попит на замітники какао-інгредієнтів, такі як пальмова, соєва та рапсова олії, а також інші альтернативи і шоколадні еквіваленти. У відповідь на ці тенденції

великі компанії в галузі починають використовувати різноманітні суміші замінників какао-масла. Ця стратегія, орієнтована на задоволення потреб споживачів, також обмежує можливості для подальшого зростання ринку [16].

В Україні найбільше зростання цін на какао відчували крафтові шоколадники, оскільки їх продукція містить не менше 70% какао-бобів. Дотримуючись принципу Bean to Bar (від боба до плитки), вони не використовують дешеві замінники, такі як пальмова олія чи штучні добавки, що робить їх продукцію більш вразливою до ринкових коливань [15].

Існує ще одна проблема, пов'язана з їх вирощуванням какао-бобів. Більше 60% какао-бобів купують декілька великих трейдерських компаній, таких як Cargill, Barry Callebaut та Ofi, які потім перепродають цю сировину великим виробникам, таким як Mars, Nestle, Ferrero та Mondelez. Ці компанії щорічно отримують мільярдні прибутки, тоді як фермери, які вирощують какао-боби, отримують зарплату, яка ледь покриває їх повсякденні витрати. Крім того, відомо, що на плантаціях какао використовують працю дітей – зокрема в Гані та Кот-д'Івуарі на таких фермах працює понад мільйон дітей [7].

Однією із перешкод на шляху розвитку шоколадного виробництва в Україні є війна росії з Україною. Зокрема, на початку повномасштабного вторгнення компанія «Рошен» змушена була призупинити діяльність своїх фабрик у Києві та Борисполі, а виробництва у Вінниці та Кременчуці працювали лише частково. Згодом ситуація почала покращуватись.

До вторгнення продукцію «Корони» виготовляли на фабриці в Тростянці (Сумщина), яка зазнала значних руйнувань під час окупації. Збитки склали близько 10–15 млн дол. США. Після деокупації Mondelez тимчасово постачала продукцію з-за кордону, однак наприкінці 2022 року фабрика відновила роботу. За півтора року компанія вклала 12 млн дол. у відновлення, і планує ще 8 млн. Станом на сьогодні виробництво відновлено майже повністю — на рівні 70-80% від довоєнного [7].

Повномасштабне вторгнення повністю призупинило діяльність деяких крафтових виробників. З початком війни багато постачальників какао-бобів

зникли з ринку, що ускладнило процес закупівлі сировини, і це стосується не лише какао-бобів, а й какао-масла. Наразі компанії намагаються об'єднатися, щоб купувати сировину великими партіями безпосередньо у фермерів. Найбільшою проблемою залишається питання доставки цих матеріалів в Україну [7].

Дослідження економічної ситуації на світовому ринку шоколаду та шоколадних виробів дозволило виявити ключові фактори, які впливають на розвиток цієї галузі, а саме:

1. Споживчі вподобання та поведінка

- Зростання попиту на преміум-сегмент: органічний шоколад, шоколад з високим вмістом какао, без цукру або з альтернативними підсолоджувачами.
- Популярність етичного споживання: попит на Fair Trade, Rainforest Alliance або UTZ-сертифіковану продукцію.
- Глобалізація смаків: адаптація традиційних європейських рецептів до регіональних ринків (наприклад, спеції в Азії, горіхи в Середземномор'ї).

2. Сировинні ресурси та постачання какао

- Залежність від Західної Африки: близько 60–70% світового какао походить з Кот-д'Івуару, Гани та Нігерії.
- Кліматичні зміни: посухи, зміщення сезонів, шкідники та хвороби какао-дерев впливають на врожайність.
- Соціальні фактори: використання дитячої праці, погані умови праці на какао-плантаціях — викликають тиск на корпорації для зміни політики постачання.

3. Технологічні інновації

- Інновації у виробництві: нові технології переробки какао, автоматизація, використання штучного інтелекту в логістиці.
- Розробка нових продуктів: наприклад, білий шоколад з меншою калорійністю або шоколад без молока для веганів.
- 3D-друк шоколаду – новий напрям у преміум-сегменті.

4. Регуляторні вимоги та стандарти

- Харчові стандарти: у різних країнах існують різні визначення того, що вважається "шоколадом" (наприклад, мінімальний вміст какао).

- Законодавчі обмеження: заборони або регулювання трансжирів, ГМО, барвників.

- Маркування: вимоги до позначення калорійності, алергенів, країни походження.

5. Маркетингові стратегії та брендинг

- Глобальні бренди (Nestlé, Mars, Ferrero, Mondelez) мають перевагу в рекламі, логістиці, довірі споживача.

- Локальні виробники часто приваблюють увагу за рахунок натуральності, ручної роботи та унікальності рецептур.

6. Ціни на світових біржах

- Коливання цін на какао-боби та інші інгредієнти (цукор, молоко, ваніль) впливають на рентабельність виробництва.

- Спекулятивні ринки: біржові операції можуть створювати нестабільність на ринку сировини.

7. Глобальні економічні умови

- Рівень доходів споживачів: шоколад залишається «доступною розкішшю», але в умовах кризи продажі падають.

- Курс валют: впливає на експортно-імпортні операції.

8. Упаковка та екологія

- Зростає попит на екологічно чисту упаковку, що піддається переробці або біорозкладанню.

- Компанії переходять до безпластику, що також впливає на ціноутворення і споживчі рішення.

Ринок шоколаду та інших готових харчових продуктів з вмістом какао в Україні є одним з найрозвиненіших і найбільш конкурентоспроможних сегментів кондитерської промисловості. На основі нашого дослідження можемо зробити SWOT-аналіз розвитку ринку шоколаду та шоколадних виробів в Україні (табл. 3.).

Таблиця 3. SWOT-аналіз розвитку ринку шоколаду та шоколадних виробів в Україні

<i>S – Сильні сторони (Strengths)</i>	<i>W – Слабкі сторони (Weaknesses)</i>
1. Сталий внутрішній попит – шоколад традиційно популярний серед українських споживачів. 2. Сучасні виробничі потужності національних виробників (ROSHEN, АБК, Millennium тощо) дозволяють забезпечити широкий асортимент товарів, конкурентоспроможних як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках. 3. Добре налагоджена логістика всередині країни – розподіл продукції через мережі супермаркетів та онлайн. 4. Порівняно доступна ціна – український шоколад має конкурентну ціну у порівнянні з імпортом. 5. Розширення лінійки продукції – поява шоколаду з доданими властивостями (високий вміст какао, без цукру, з вітамінами тощо). 6. Наявність крафтових виробників, які націлені на органічне сільське господарство та стає виробництво.	1. Висока залежність від імпортової сировини – какао-боби не вирощуються в Україні, що створює ризики цінових коливань. 2. Низький рівень інвестицій в інновації – уповільнений перехід до виробництва еко- та функціонального шоколаду. 3. Недостатня експортна стратегія у дрібних виробників – брак знань, сертифікацій, логістичних каналів. 4. Залежність від купівельної спроможності населення – попит сильно коливається через економічні кризи та воєнний стан. 5. Обмежена присутність українських брендів на глобальному ринку
<i>O – Можливості (Opportunities)</i>	<i>T – Загрози (Threats)</i>
1. Зростання попиту на «здорові солодоші» – розвиток сегменту еко-шоколаду, продукції без цукру, з функціональними добавками. 2. Виробники, які інвестують у модернізацію виробництва, міжнародні сертифікати (ISO, НАССР, Organic) та екологічно чисту упаковку, мають значно вищі шанси на інтеграцію в глобальні ланцюги постачання. 3. Розширення експорту в ЄС і Азію – завдяки зоні вільної торгівлі, географічній близькості та конкурентній ціні. 4. Позиціонування на нішевих ринках – як-от ремісничий шоколад, авторський, із локальними смаками (наприклад, з карпатськими ягодами). 5. Розвиток e-commerce та доставки – нові онлайн-магазини, крафтові підписки, подарункові бокси. 6. Підтримка від держави та міжнародних програм – наприклад, гранти для МСП на розвиток переробки.	1. Військова агресія РФ та руйнування логістики – загроза виробничим об'єктам, переривання ланцюгів постачання. 2. Зростання цін на енергоносії та сировину – особливо в умовах імпорту. 3. Посилення імпортової конкуренції – з боку польського, німецького та турецького шоколаду. 4. Зниження доходів населення – особливо в періоди інфляції, що призводить до зменшення попиту на преміум-сегмент. 5. Міграція трудових ресурсів – дефіцит фахівців у харчовій промисловості через виїзд за кордон.

Джерело: побудовано авторами

На основі нашого дослідження можемо визначити перспективи розвитку торгівлі українських шоколадних виробів на зарубіжних ринках:

1. Розширення експорту завдяки географічним і торговельним перевагам

- Зона вільної торгівлі з ЄС, Угода про асоціацію відкривають можливості для експорту українського шоколаду до європейських країн без мит.

- Географічна близькість до країн Європи, Близького Сходу, Кавказу та Центральної Азії робить логістику доступною.

- Конкурентна ціна порівняно з продукцією з ЄС — одна з головних переваг України на ринках, що розвиваються.

2. Зростання попиту на продукцію з натуральними інгредієнтами

- Світовий тренд на органічні, веганські, безглютенові та безцукрові продукти створює перспективу для українських виробників, які готові адаптувати рецептури.

- Україна має власну сировинну базу допоміжних інгредієнтів — мед, ягоди, горіхи, які можуть бути використані в авторському шоколаді.

3. Розвиток нішевого та крафтового сегменту

- Українські малі бренди (Bean-to-Bar, крафт-шоколад, авторські солодощі) можуть зайняти свою нішу на міжнародних ринках, де зростає попит на унікальні продукти.

- Європейські ринки віддають перевагу локальному, автентичному, етичному виробництву, що відкриває можливості для позиціонування українського шоколаду як «натурального з історією».

4. Інвестиції у модернізацію та сертифікацію

- Виробники, які отримають міжнародні сертифікати якості (ISO, HACCP, Organic, FairTrade), матимуть більше шансів вийти на розвинені ринки.

- Підтримка від міжнародних донорів та програм розвитку малого бізнесу може забезпечити технічну та фінансову підтримку для модернізації виробництва.

5. Діджиталізація та електронна комерція

- Українські бренди можуть виходити на міжнародний ринок через маркетплейси (Amazon, Etsy, eBay) та створення власних онлайн-магазинів.

- Попит на подарункову продукцію, брендові набори створює додану вартість і можливість експортувати невеликі партії з високою рентабельністю.

6. Імідж українського продукту на фоні підтримки України

- Після 2022 року зростає міжнародна увага до українських товарів, включно з гастрономічними брендами.

- Участь у міжнародних виставках, конкурсах і фестивалях (SIAL, ISM, Gulfood) дозволяє заявити про себе як про якісного виробника з європейською перспективою.

Висновки та перспективи подальших розвідок у даному напрямі. Світовий ринок шоколаду демонструє стабільне зростання. Попит на шоколад і шоколадні вироби залишається високим у всьому світі, зокрема завдяки розширенню асортименту, впровадженню інновацій та адаптації до нових споживчих запитів. Основними трендами є: перехід до здорового харчування, зростання популярності преміум-сегменту, етичного виробництва (Fair Trade, Organic), а також персоналізованої продукції. Водночас глобальні загрози, такі як кліматичні зміни, нестабільність цін на сировину, енергетична криза та соціальні проблеми у країнах-виробниках какао, залишаються важливими факторами ризику.

Україна має значні експортні перспективи. Завдяки географічному розташуванню, зоні вільної торгівлі з ЄС та відносно низьким виробничим витратам, українські виробники можуть успішно конкурувати на ринках Європи, Азії та Близького Сходу. Особливо перспективними є ніші крафтового, функціонального та органічного шоколаду, які мають високий попит у розвинених країнах. Ринок шоколаду продовжує еволюціонувати в бік якості, етичності та індивідуальності. Україна, маючи сильну виробничу базу та зростаючу зацікавленість у «made in Ukraine» продукції, здатна зайняти гідне місце на світовій арені, за умови активного впровадження сучасних тенденцій і стратегічної підтримки експорту. Перспективами подальших розвідок у даному напрямі є дослідження щодо впливу поведінкової економіки на торгівлю шоколадною продукцією в країнах зростаючого попиту.

Література

1. Лозовська Г.М., Нестерова А.А. Стан та перспективи розвитку ринку шоколадної продукції в Україні. 2019. URL: <https://www.economy-confer.com.ua/full-article/3212/> (дата звернення: 17.06.2025)
2. Trade Map. Trade statistics for international business development. 2024. URL: https://www.trademap.org/Country_SelProduct_TS.aspx?nvpm=1%7c%7c%7c%7c%7c18%7c%7c%7c2%7c1%7c1%7c2%7c2%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1 (дата звернення: 20.05.2025)
3. Вимоги до виробів з какао та шоколаду – що потрібно знати споживачу! Східне міжрегіональне головне управління Державної служби України з питань безпечності харчових продуктів та захисту споживачів на державному кордоні. 2024. URL: <https://www.sk.dpss.gov.ua/vymogy-do-vyrobiv-z-kakao-ta-shokoladu-shho-potribno-znaty-spozhyvachu/> (дата звернення: 20.05.2025)
4. Entering the European market for tree-to-bar chocolates. CBI. 2022. URL: <https://www.cbi.eu/market-information/cocoa-cocoa-products/tree-bar/market-entry> (дата звернення: 19.05.2025)
5. Офіційний сайт компанії ROSHEN. 2025. URL: <https://www.roshen.com/ua/ua/pro-roshen> (дата звернення: 30.05.2025)
6. Roshen наростив виторг на 15% у 2024 році за рахунок збільшення продажів на експортних ринках. Forbes. 2024. URL: <https://forbes.ua/news/roshen-narostiv-vitorg-na-15-u-2024-rotsi-za-rakhunok-zbilshennya-prodazhiv-na-eksportnikh-rinkakh-24122024-25855> (дата звернення: 15.06.2025)
7. Демченко М. Як живе українська індустрія шоколаду: знищені фабрики та нові бренди. Хмарочос. 2024. URL: <https://hmarochos.kiev.ua/2024/04/29/yak-zhyve-ukrayinska-industriya-shokoladu-znyshheni-fabryky-ta-novi-brendy/> (дата звернення: 05.06.2025)
8. 2024 Global Top 100 candy companies. Snack Food & Wholesale Bakery. 2024. URL: <https://www.snackandbakery.com/candy-industry/2024/global-top-100-candy-companies> (дата звернення: 09.06.2025).

9. Офіційний сайт компанії Millennium. 2025. URL: <https://millennium.dp.ua/company/historyofcompany/> (дата звернення: 09.04.2025)

10. Chocolate Market by product type (Milk/White Chocolate and Dark Chocolate), Distribution Channel (Hypermarkets/Supermarkets, Convenience Stores, Online Retail Stores, and Other Distribution Channels) and Region, Global trends and forecast from 2023 to 2030. A firm with market research and consulting services Exactitude Consultancy. Chocolate Market Overview. 2025. URL: <https://exactitudeconsultancy.com/reports/33132/chocolate-market/> (дата звернення: 26.05.2025).

11. Chocolate Market Share, Size, Trends, Industry Analysis Report. Polaris Market Research. 2025. URL: <https://www.polarismarketresearch.com/industry-analysis/global-chocolate-market> (дата звернення: 27.05.2025).

12. Тренди світового ринку шоколадних виробів. Дія. Бізнес. 2025. URL: <https://business.diia.gov.ua/analytics/research/trendy-svitovoho-ryнку-shokoladnykh-vyrobiv> (дата звернення: 29.05.2025)

13. Аналіз ринку шоколадних цукерок преміум сегменту в Україні. 2023 рік. Pro Capital Group. 2023. URL: <https://pro-consulting.ua/ua/issledovanie-rynka/analiz-rynka-shokoladnyh-konfet-premium-segmenta-v-ukraine-2023-god> (дата звернення: 19.05.2025)

14. Ринок органічного шоколаду – світові тренди. *Харчові технології. Журнал для вашого бізнесу*. 2024. URL: <https://harch.tech/2024/05/29/rynok-organichnogo-shokoladu-svitovi-trendy/> (дата звернення: 15.05.2025)

15. Шоколадна криза по-українськи. Як виробники адаптуються до нових реалій. *Агропортал*. 2025. URL: <https://agroportal.ua/agrocheck/made-in-ukraine/shokoladna-kriza-po-ukrajinski-yak-virobniki-adaptuyutsya-do-novih-realiy> (дата звернення: 22.05.2025)

16. Global Chocolate Market Research Report: Forecast (2025-2030). MarkNtel Advisors LLP. 2024. URL: <https://www.marknteladvisors.com/research-library/chocolate-market.html> (дата звернення: 08.06.2025)

References

1. Lozovs'ka, H.M. and Nesterova, A.A. (2019), "State and prospects for the development of the chocolate market in Ukraine", available at: <https://www.economy-confer.com.ua/full-article/3212/> (Accessed 17.06.2025).
2. Trade Map (2024), "Trade statistics for international business development", available at: https://www.trademap.org/Country_SelProduct_TS.aspx?nvpm=1%7c%7c%7c%7c%7c18%7c%7c%7c2%7c1%7c1%7c2%7c2%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1 (Accessed 20.05.2025).
3. State Service of Ukraine on Food Safety and Consumer Protection (2024), "Requirements for cocoa and chocolate products - what the consumer needs to know!", available at: <https://www.sk.dpss.gov.ua/vymogy-do-vyrobiv-z-kakao-ta-shokoladu-shho-potribno-znaty-spozhyvachu/> (Accessed 20.05.2025).
4. CBI (2022), "Entering the European market for tree-to-bar chocolates", available at: <https://www.cbi.eu/market-information/cocoa-cocoa-products/tree-bar/market-entry> (Accessed 19.05.2025).
5. ROSHEN (2025), available at: <https://www.roshen.com/ua/ua/pro-roshen> (Accessed 30.05.2025).
6. Forbes (2024), "Roshen increased revenue by 15% in 2024 due to increased sales in export markets", available at: <https://forbes.ua/news/roshen-narostiv-vitorg-na-15-u-2024-rotsi-za-rakhunok-zbilshennya-prodazhiv-na-eksportnikh-rinkakh-24122024-25855> (Accessed 15.06.2025).
7. Demchenko, M. (2024), "How the Ukrainian chocolate industry lives: destroyed factories and new brands", available at: <https://hmarochos.kiev.ua/2024/04/29/yak-zhyve-ukrayinska-industriya-shokoladu-znyshheni-fabryky-ta-novi-brendy/> (Accessed 05.06.2025).
8. Snack Food & Wholesale Bakery. (2024), "2024 Global Top 100 candy companies", available at: <https://www.snackandbakery.com/candy-industry/2024/global-top-100-candy-companies> (Accessed 09.06.2025).
9. Millennium (2025), available at: <https://millennium.dp.ua/company/historyofcompany/> (Accessed 09.04.2025).

10. Chocolate Market Overview (2025), “Chocolate Market by product type (Milk/White Chocolate and Dark Chocolate), Distribution Channel (Hypermarkets/Supermarkets, Convenience Stores, Online Retail Stores, and Other Distribution Channels) and Region, Global trends and forecast from 2023 to 2030. A firm with market research and consulting services Exactitude Consultancy”, available at: <https://exactitudeconsultancy.com/reports/33132/chocolate-market/> (Accessed 26.05.2025).

11. Polaris Market Research (2025), “Chocolate Market Share, Size, Trends, Industry Analysis Report”, available at: <https://www.polarismarketresearch.com/industry-analysis/global-chocolate-market> (Accessed 27.05.2025).

12. Diia. Biznes (2025), “Trends in the global chocolate market”, available at: <https://business.diia.gov.ua/analytics/research/trendy-svitovoho-rynku-shokoladnykh-vyrobiv> (Accessed 29.05.2025).

13. Pro Capital Group (2023), “Analysis of the premium chocolate market in Ukraine”, available at: <https://pro-consulting.ua/ua/issledovanie-rynka/analiz-rynka-shokoladnyh-konfet-premium-segmenta-v-ukraine-2023-god> (Accessed 19.05.2025).

14. Kharchovi tekhnolohii (2024), “Organic chocolate market - global trends”, available at: <https://harch.tech/2024/05/29/ryнок-organichnogo-shokoladu-svitovi-trendy/> (Accessed 15.05.2025).

15. Ahroportal (2025), “Chocolate crisis in Ukrainian. How manufacturers adapt to new realities”, available at: <https://agroportal.ua/agrocheck/made-in-ukraine/shokoladna-kriza-po-ukrajinski-yak-virobniki-adaptuyutsya-do-novih-realiy> (Accessed 22.05.2025).

16. MarkNtel Advisors LLP (2024), “Global Chocolate Market Research Report: Forecast (2025-2030).”, available at: <https://www.marknteladvisors.com/research-library/chocolate-market.html> (Accessed 08.06.2025).

Стаття надійшла до редакції 19.06.2025 р.