

DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2026-86-114>

УДК 338

АНАЛІЗ СТАНУ РИНКУ ЗАМОРОЖЕНИХ БОРОШНЯНИХ ТА ХЛІБОБУЛОЧНИХ ПРОДУКТІВ В УКРАЇНІ

ANALYSIS OF THE STATE OF THE FROZEN FLOUR AND BAKERY PRODUCTS MARKET IN UKRAINE

Стеценко Дмитро Олександрович

аспірант,

Національний університет біоресурсів і природокористування України

ORCID: <https://orcid.org/0009-0005-3788-2646>

Рогач Світлана Михайлівна

доктор економічних наук, професор,

Національний університет біоресурсів і природокористування України

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6940-1935>

Stetsenko Dmytro, Rogach Svitlana

National University of Life and Environmental Sciences of Ukraine

У статті проведено комплексне дослідження сучасного стану та перспектив розвитку ринку заморожених борошняних та хлібобулочних виробів в Україні та світі. Автором встановлено, що в умовах глобалізації традиційний «локальний» характер ринку хліба трансформується під впливом технологій шокового заморожування, які дозволяють нівелювати логістичні бар'єри та стандартизувати якість продукції. Проаналізовано структуру світового ринку, де лідером є Європа з часткою понад 50%. Особливу увагу приділено аналізу фінансових показників провідних вітчизняних операторів у 2020–2025 роках, які демонструють стійке зростання доходів та адаптивність до кризових умов. Визначено вплив девальвації гривні на собівартість продукції та зафіксовано суттєве зростання обсягів імпорту від європейських виробників. Доведено, що посилення конкуренції та зміна споживчих переваг стимулюють перехід вітчизняних підприємств до інноваційних технологій.

Ключові слова: ринок заморожених продуктів, хлібобулочні вироби, напівфабрикати, шокове заморожування, імпорт, фінансові показники.

The article provides a comprehensive study of the current state and development prospects of the frozen flour and bakery products market in Ukraine and the world. The strategic importance of the bakery industry is substantiated as the basis of food security and the foundation of the consumer food pyramid. The author establishes that under the conditions of globalization, the traditional "local" nature of the bread market is being transformed by shock freezing technologies, which allow for the elimination of logistical barriers, standardization of product quality, and optimization of costs through the "Bake-off" concept. The paper analyzes in detail the structure of the global market, where Europe is the leader with a share of over 50%, and identifies key product categories: Frozen Dough, Part-Baked, Ready-to-Bake, and Fully Baked products. It is determined that the main market drivers are the growing demand for high-quality ingredients, organic products, and convenience of preparation. Special attention is paid to the analysis of the Ukrainian market during the 2020–2025 period. Based on the financial indicators of key operators (Frozenfood UA LLC, Yugfood LLC, BFI LLC, Levada LLC, Mantinga-Ukraine LLC, and others), a steady trend toward revenue growth and increased market concentration around large players was identified. The impact of the full-scale war on the industry is studied, specifically using the example of the destruction and restoration of the "Chanta Mount" plant's capacities. It is proved that the financial stability of enterprises is significantly influenced by macroeconomic factors, particularly the devaluation of the hryvnia, as a significant portion of raw materials and equipment has an import component. The dynamics of imports from leading European manufacturers (La Lorraine, Vandemoortele, Stokson) are analyzed, demonstrating growth in both physical and monetary terms, which indicates increased competition and a shift in consumer preferences toward a more expensive, high-quality assortment. The study concludes that the industry possesses high adaptability and significant potential for further innovative development in the medium term.

Keywords: frozen food market, bakery products, semi-finished products, shock freezing, import, financial indicators.



Постановка проблеми. Хлібобулочні та борошняні вироби є стратегічним сектором економіки, що забезпечує продовольчу безпеку населення. Проте сьогодні, традиційний ринок свіжовипеченого хліба, який десятиліттями залежав від локального виробництва та обмежених термінів придатності, переживає структурну перебудову. Глобалізація, зміна споживчих переваг у бік напівфабрикатів та необхідність оптимізації логістичних процесів зумовлюють стрімке впровадження технологій шокового заморожування. В Україні цей напрям став особливо актуальним у зв'язку з необхідністю адаптації бізнесу до кризових умов, воєнних ризиків та євроінтеграційних процесів. Попри потенціал зростання, ринок стикається з викликами девальвації національної валюти, зростання вартості енергоресурсів та посилення конкуренції з боку європейських імпортерів, що потребує аналізу стану вітчизняних операторів та виявлення перспективних трендів розвитку галузі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Функціонування хлібопекарської галузі та ринку заморожених продуктів є частиною продовольчого ринку та перебуває у центрі уваги багатьох вітчизняних та іноземних науковців. Питання історичного розвитку продовольчого ринку досліджують Самойлик Ю., Жайворон Д. [7]. Загальний стан та тенденції хлібопекарського ринку України детально розглядалися у працях М., Кондіус І., Радчук Ю. [4], а також Новойтенка І. та Малиновського В. [6]. Сучасний стан та вплив військових дій на галузь, зміни у споживанні та виробництві дослідили Івченко В. М., Полонська О. [2]. Конкурентне середовище та специфіку кондитерського сектору аналізували Коваленко Л. [3] та Страшинська Л. [19]. Особливості ринку заморожених напівфабрикатів досліджували Свистун Т. і Туз К. [8], а також Красільнікова Е. [15]. Міжнародний досвід та європейські тренди споживання борошняних виробів висвітлені у роботах Сичевського М., Легези Д. [9], а також у закордонних дослідженнях Mickiewicz В. та Britchenko І. [18], Cristea В. М. та співавторів [13]. Поведінка споживачів у цьому сегменті стала предметом вивчення Maiboroda Н. [17] та Sultana А. [14]. Водночас, динамічні зміни на українському ринку у 2024–2025 роках, зокрема вплив відновлення потужностей після бойових дій та стрімке зростання частки європейського імпорту, потребують додаткового актуалізованого дослідження.

Формулювання цілей статті. Метою статті є дослідження стану ринку заморожених борошняних та хлібобулочних виробів у світі та в Україні, аналіз трендів та перспектив розвитку.

Виклад основного матеріалу дослідження. Сьогодні хліб, тістечка та інші хлібобулочні вироби є частиною щоденного раціону більшості людей. Важливість хлібобулочних виробів у харчуванні людини є значною, оскільки ці продукти є основою харчової піраміди та мають високу харчову цінність [16]. Як результат, ринок хліба та хлібобулочних виробів є однією із найважливіших сфер економіки, що забезпечує населення основними продуктами харчування та посідає виняткове місце у продовольчому секторі будь-якої національної економіки, незалежно від географічного розташування країни, культурних особливостей споживання чи рівня її соціально-економічного розвитку. Виробництво хлібобулочних виробів це не просто галузь харчової індустрії, а стратегічний сектор економіки з колосальним потенціалом. Його головне завдання полягає у безперебійному забезпеченні населення продукцією високої поживної цінності за доступною ціною [4].

Водночас сучасні глобальні трансформації зумовлюють структурну перебудову цієї галузі. Світова практика свідчить про необхідність застосування низьких температур як методу тривалого зберігання продовольчих товарів.

Розвиток світової економіки та глобалізація споживчого ринку призводять до посилення конкуренції між виробниками однорідної продукції. Кожен підприємець прагне розширити своє виробництво, підвищити прибутковість, виходячи на нові ринки та залучаючи все більше споживачів. Існує конкуренція не лише за ринки, а й за кожного клієнта окремо [17].

Наразі можна виокремити такі критерії розвитку ринку хлібопродуктів та макаронних виробів Європи:

– Нівелювання логістичних бар'єрів: Завдяки консервації холодом, виробник отримує можливість транспортувати напівфабрикати на великі відстані, зберігаючи всі органолептичні властивості свіжого тіста.

– Стандартизація якості: Глобальні мережі ритейлу та HoReCa отримали змогу пропонувати ідентичний асортимент (від французьких круасанів до італійської чабати) у будь-якій точці світу.

– – Економічна оптимізація: Заморозка дозволяє згладжувати піки попиту, мінімізувати виробничі втрати та переносити фінальну стадію приготування безпосередньо до споживача (концепція *Take-off*).

Таким чином, ринок заморожених виробів стає головним драйвером глобалізації хлібопекарського сектору.

Ринок заморожених хлібобулочних продуктів охоплює виробництво, розподіл та продаж виробів, які піддаються заморозці для подовження терміну зберігання без втрати смакових якостей.

Основні категорії продукції:

– *Frozen Dough* (Заморожене тісто): потребує розстоювання та повного циклу випікання.

– *Part-Baked* (Напіввипечені вироби): випечені на 80-90%, потребують лише короткого допікання (5-10 хв).

– *Ready-to-Bake* (Готові до випікання): вироби, що не потребують розморожування чи розстоювання (наприклад, круасани "*pre-proven*").

– *Fully Baked* (Повністю випечені): потребують лише дефростації (розморожування).

Згідно з останніми аналітичними звітами *MarketsandMarkets* обсяг ринку заморожених хлібобулочних продуктів у 2024 році становив \$25,5 млрд USD. Середньорічний темп зростання (CAGR) ринку становить 5,2 відсотка. При тому Європа є регіоном-лідером, оскільки її частка становить понад 50% ринку. Це відбувається завдяки традиціям споживання випічки та розвиненій логістиці. Як свідчать статистичні дані, сегмент виробів, готових до випікання, становив 42,08% ринку замороженої випічки за формою споживання у 2024 році [10].

Асортимент ринку замороженої випічки включає наступні позиції: хліб, булочки, кондитерські вироби, торти, основи для піци (частка яких становить приблизно 30%), випічка, пончики тощо. Ці товари мають попит завдяки тривалому терміну придатності (6-18 місяців), доступності, високому ступеню готовності та якості, екологічності виробничого процесу та цінам. Наприклад, заморожена піца вважається варіантом щоденної трапези в багатьох країнах: Франції, Іспанії, Німеччині, Мексиці, США, Італії. Виробники заморожених продуктів впроваджують і розробляють нові види продукції, актуальні для категорії здорового способу життя, зокрема безглютенові та органічні сорти. Прогнозується, що найбільше зростання цього виробництва забезпечить

Європа (Німеччина, Велика Британія, Франція) завдяки розвитку індустрії кейтерингу, зокрема ресторанів швидкого харчування, та туризму [18].

В Україні ринок заморожених напівфабрикатів особливо динамічно почав своє зростання у 2012–2013 роках, коли середньорічний темп приросту становив 70% [15].

В цей період, у зв'язку з низькою рентабельністю соціальних сортів, більшість виробників почали або скорочувати масштаби виробництва або розширювати асортимент своєї продукції за рахунок випуску кондитерських та хлібобулочних виробів і нарощувати виробництво більш рентабельних видів продукції, які не підпадають під державне регулювання [3].

Заморожені напівфабрикати як тренд ринку хлібопекарської продукції на сьогодні дає можливість виробникам економити на витратах основних ресурсів (кількість персоналу, устаткування та оренда приміщення) і при цьому не втрачають можливості забезпечувати споживачів широким асортиментом свіжої продукції [3]. Таке виробництво та продаж мають свої плюси та мінуси як для покупців, так і для продавців. Для продавців – це можливість випікати стільки хліба в асортименті, на який є попит; для покупців – можливість завжди купувати свіжий хліб [14]. Використання в торгових центрах заморожених напівфабрикатів не потребує додаткових працівників з виробництва тіста. Зменшується вплив людського фактора на якість кінцевої продукції. Крім того, при використанні заморожених напівфабрикатів відсутня нереалізована продукція, так як випічка нових її партій відбувається по мірі реалізації попередніх. Тому хліб в асортименті завжди свіжий. А наявність заморожених напівфабрикатів є гарантованим запасом при непередбачуваному підвищеному попиті.

Іноземна продукція представлена на ринку заморожених хлібобулочних виробів в Україні, але переважно використовується у торговельних мережах та сегменті *HoReCa* у якості заморожених напівфабрикатів і випікаються безпосередньо на місцях. Їх імпортують за браком якісних аналогів у вітчизняних виробників [6].

Отже, ринок заморожених хлібобулочних виробів зростає, і досягнув у 2020 році 10% ринку хлібобулочних виробів [9]. Варто зазначити що подальші перспективи цього напрямку в Україні очевидні, оскільки в ЄС обсяги ре-

лізації замороженого хліба вже зрівнялися з обсягами реалізації традиційного.

Аналіз фінансових показників основних операторів ринку заморожених хлібобулочних виробів України у 2020–2025 роках свідчить про загальну тенденцію до зростання обсягів реалізації продукції, що вказує на розширення ринку та підвищення попиту на продукцію глибокої заморозки (рис. 1). Досліджувані підприємства демонструють стійке нарощування доходів, що вказує на поступове розширення ринку, зростання попиту на продукцію глибокої заморозки та посилення ролі сучасних каналів збуту, зокрема мережевої роздрібно торгівлі та сегмента HoReCa.

Найбільші обсяги доходів серед проаналізованих підприємств демонструє ТОВ «Югфуд», яке протягом досліджуваного періоду збільшило виручку більш ніж у чотири рази та ТОВ «БФІ». Суттєве зростання також спостерігається у ТОВ «Левада», що стабільно утримує позиції одного з ключових гравців ринку. Представництво литовської компанії Mantinga, ТОВ «Мантінга-Україна» також показує суттєвий приріст доходів кожен рік. Високі темпи зростання цих компаній свідчать про наявність ефекту масштабу та формування ринку з ознаками концентрації, де ключова частка реалізації припадає на обмежене коло великих компаній.

Водночас середні та малі підприємства, зокрема ТОВ «Шантіль» та ТОВ «Фроузенфуд УА», демонструють більш помірні, але стабільні темпи зростання. Це свідчить про наявність потенціалу для розвитку нових гравців та поступове підвищення конкурентного середовища в галузі.

Разом з тим, аналіз чистого прибутку та рівня рентабельності показує, що масштаб діяльності не завжди корелює з ефективністю. Зокрема, окремі великі підприємства характеризуються відносно низьким рівнем рентабельності, що може бути пов'язано з високими операційними витратами, значними логістичними витратами або ціновою конкуренцією. Натомість деякі компанії середнього сегменту демонструють більш стабільні показники прибутковості, що свідчить про ефективнішу бізнес-модель та кращий контроль витрат.

Особливої уваги заслуговує динаміка показників у 2022 році, який став кризовим для більшості підприємств у зв'язку з повномасштабними військовими діями на території України. У цей період спостерігалось погіршення фінансових результатів: зниження прибутковості, а в окремих випадках – отримання значних збитків. Основними причинами стали порушення логістичних ланцюгів, зростання вартості енергоресурсів, скорочення попиту в окремих сегментах, а також загальна еко-

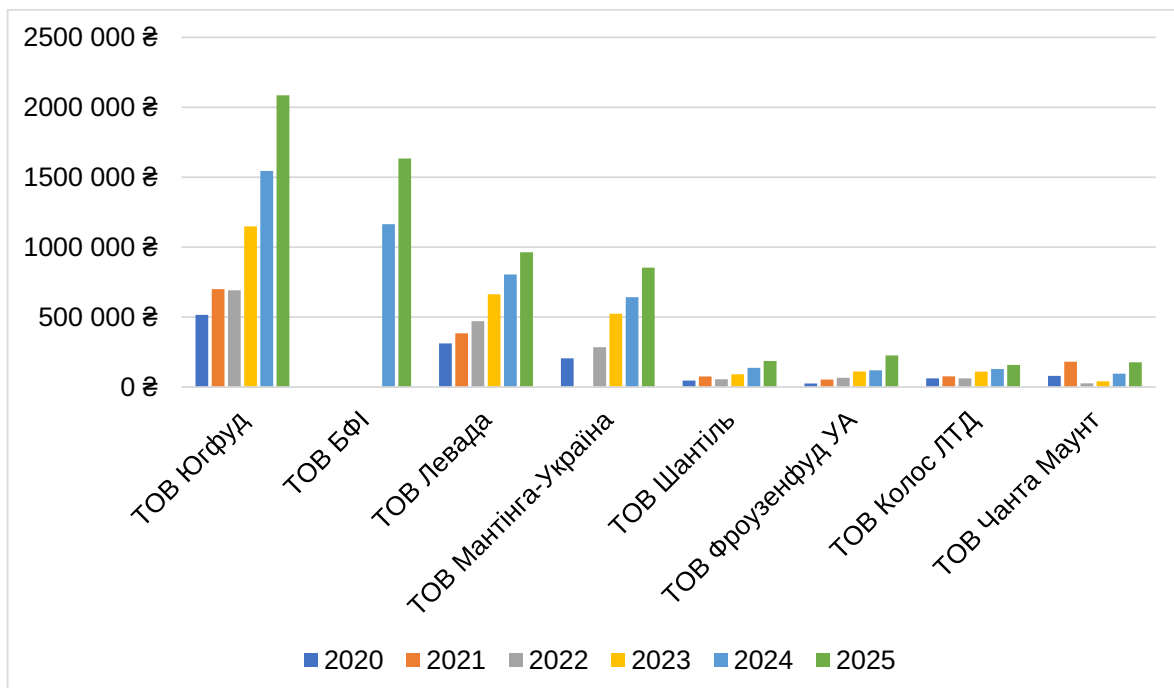


Рис. 1. Доходи компаній на ринку заморожених борошняних та хлібобулочних продуктів, 2020-2025 рр., тис. грн

Джерело: сформовано авторами на основі [1]

номічна нестабільність. Окремо варто згадати про хлібзавод ТОВ «Чанта Маунт» що у березні 2022 році постраждав через обстріл російськими військами. Лінія з виробництва хліба була майже повністю знищена, лінія з виробництва круасанів зруйнована частково. Збитки, завдані бізнесу, оцінили в понад 5 млн євро [11].

Компанія входить до холдингу «Хлібні Інвестиції» та розташована у с. Нові Петрівці, Київської області. Повноцінно відновити виробництво вдалося лише влітку 2024 року. Як результат, підприємство залишається збитковим і у 2025 році, незважаючи на те що компанія майже наздогнала довоєнні показники доходів.

Водночас більшість підприємств роках продемонстрували відновлення та подальше зростання вже у 2023–2025, що свідчить про високу адаптивність галузі до кризових умов. Зростання попиту на продукцію тривалого зберігання, зокрема заморожені хлібобулочні вироби, сприяли відновленню ринку.

Важливим фактором, який необхідно враховувати при інтерпретації фінансових показників, є зміна валютного курсу. Протягом досліджуваного періоду відбулося суттєве послаблення національної валюти: курс гривні до євро зріс з приблизно 30–32 грн/євро у 2020 році до 45–49 грн/євро у 2025 році. У зв'язку з цим номінальне зростання виручки підприємств частково зумовлене інфляційними процесами та девальвацією гривні, а не виключно збільшенням фізичних обсягів реалізації.

Крім того, значна частина витрат підприємств галузі має імпортну складову (сировина, інгредієнти, обладнання) або ж повністю імпортує готові заморожені продукти що прив'язує вартість продукції до іноземної валюти. Це призводить до підвищення собівартості продукції в умовах девальвації гривні та чинить додатковий тиск на рівень рентабельності. Саме цим частково пояснюється зниження або нестабільність прибутковості окремих підприємств навіть за умов зрос-

тання виручки.

Технології заморозки продуктів трансформують традиційно локальний ринок хлібобулочних виробів у глобальний. Великі європейські виробники вже є світовими лідерами у виробництві заморожених хлібобулочних виробів і логічно що вони зацікавлені у постачанні продукції і на український ринок (табл. 1).

Аналізуючи показники імпорту провідних європейських компаній-виробників заморожених хлібобулочних виробів (La Lorraine Bakery, Vandemoortele Europe, Mantinga, Stokson) в Україну, слід відмітити що обсяг імпорту за три місяці 2023-2025 років в натуральних показниках зріс на 42,4%, сягнувши 2,01 тис тонн. У грошовому еквіваленті ринок зріс ще суттєвіше: зі 157,9 млн грн у 2023 р. до 276,7 млн грн у 2025 р., або на 75,2%. Валютна вартість імпорту зросла на 67,5% (до € 6,66 млн) [1]. Це свідчить не тільки про збільшення попиту, а й про перехід на більш дорогу та якісну продукцію.

Висновки. Таким чином, ринок заморожених хлібобулочних виробів України у 2020–2025 роках характеризується стійким зростанням обсягів реалізації, наявністю ознак концентрації, а також значною диференціацією ефективності діяльності підприємств. До українського середовища доєдналися європейські гравці що підвищує конкуренцію на ринку, змінює структуру споживання в сторону якості та створює нові виклики для вітчизняних виробників, змушуючи їх переходити від традиційних циклів виробництва до інноваційних технологій. Тренд зростання характерний як для ринку України, так і для світового ринку. Вплив макроекономічних факторів, зокрема валютних коливань та інфляційних процесів, є суттєвим і повинен враховуватися при оцінці реального стану та перспектив розвитку галузі. Незважаючи на кризові явища, ринок демонструє здатність до відновлення та подальшого розвитку, що свідчить про його потенціал у середньостроковій перспективі.

Таблиця 1

Обсяги імпорту провідних європейських компаній-виробників заморожених хлібобулочних виробів в Україну

Липень-Вересень, рік	₴	€	Вага нетто, кг
2023	157 937 823 ₴	€3 977 411	1 411 846
2024	198 563 317 ₴	€4 823 054	1 570 482
2025	276 713 793 ₴	€6 660 667	2 010 002

Джерело: сформовано авторами на основі [1]

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Державна служба статистики України. URL: <https://stat.gov.ua/> (дата звернення: 04.05.2026).
2. Івченко В. М., Полонська О. М., Солошонок А. Л. Сучасні реалії ринку хлібопекарської продукції в Україні. *Економічний простір*. 2025. № 204. С. 124–130.
3. Коваленко Л. А. Конкуренція у хлібобулочній промисловості України. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. 2015. Випуск 12, Частина 1. С. 112–115.
4. Кондіус І. С., Радчук Ю. Л. Тенденції розвитку хлібопекарської галузі в Україні. *Економічний форум*. 2019. № 2. С. 44–50.
5. Лезега Д. Г., Сокіл Я. С., Куліш Т. В. Поведінка споживачів на ринку борошна в країнах Європейського Союзу. *Економіка, управління та адміністрування*. 2023. № 3 (105). С. 43–50.
6. Новойтенко І. В., Малиновський В. В. Стан та основні тренди розвитку хлібопекарської промисловості України. *Ефективна економіка*. 2020. № 11. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=8314> (дата звернення: 04.05.2026).
7. Самойлик Ю. В., Жайворон Д. С. Агропродовольчий ринок: етапи та сучасні тенденції розвитку. *Наукові праці МАУП. Економічні науки*. 2024. Випуск 3 (75). С. 12–18.
8. Свистун Т. В., Туз К. В. Аналіз ринку заморожених напівфабрикатів України. *Економіка харчової промисловості*. 2017. Т. 9, Вип. 2. С. 19–23.
9. Сичевський М. П., Шпичак О. М., Коваленко О. В., Куць О. І., Бокій О. В. Тенденції та перспективи розвитку хлібопекарського виробництва в європейських країнах. *Економіка АПК*. 2020. № 7. С. 54–67.
10. Стеценко Д. О. Аналіз стану ринку заморожених хлібобулочних продуктів в Україні. Економічні дні – 2026 : матеріали III Всеукраїнської науково-практичної конференції молодих вчених та студентів (м. Київ, 2026 р.). Київ : НУБіП України, 2026.
11. Ясницька В. Хлібозавод Chanta Mount відновлює виробництво на Київщині. *Landlord*. URL: <https://landlord.ua/news/investytsii/khlibozavod-chanta-maunt-vidnovliuie-vyrobnytstvo-na-kyivshchyni/> (дата звернення: 04.05.2026).
12. Chládková H. Internal environment of a bakery and its analysis. *AGRIC. ECON. – CZECH*. 2006. Vol. 52, no. 2. P. 83–88.
13. Cristea V. M., Voica D. V., Nitescu M., Alexa E., Cocan I., Negrea M. V., Bubulac L., Arsene A. I. Consumption Habits of Flour Products in Correlation with Current Market Trends. *Appl. Sci*. 2025. Vol. 15, no. 24. P. 12853.
14. Customer Segmentation and Demographic Influences on Frozen Food Purchase Behavior: An Empirical Analysis / A. Sultana et al. *International Journal of Research and Innovation in Applied Science (IJRIAS)*. 2025. Vol. X, Issue IV. P. 438–446.
15. Krasilnikova E. E. The development of the baking industry in Ukraine. *Економіка харчової промисловості*. 2014. № 4 (24). С. 10–16.
16. Kubicová L., Predanociová K. Situation in the market of bakery products. *INTERNATIONAL SCIENTIFIC DAYS 2018*. Nitra : Slovak University of Agriculture. 2018. P. 391–406.
17. Maiboroda H. The study of consumer behavior in the market of bakery products in the conditions of brand management. *Three Seas Economic Journal*. 2021. Vol. 2, no. 2. P. 34–39.
18. Mickiewicz B., Britchenko I. Main trends and development forecast of bread and bakery products market. *VUZF Review*. 2022. Vol. 7, no. 3. P. 113–123.
19. Strashynska L. Bread and bakery market in Ukraine: trends, problems and prospects of development. *Наукові праці НУХТ*. 2018. Том 24, № 5. С. 70–80.

REFERENCES:

1. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy [State Statistics Service of Ukraine]. Available at: <https://stat.gov.ua/> (accessed May 04, 2026). (in Ukrainian)
2. Ivchenko V.M., Polonska O.M. and Soloshonok A.L. (2025) Suchasni realii rynku khlibopekarskoi produktsii v Ukraini [Modern realities of the bakery market in Ukraine]. *Ekonomichnyi prostir*, no. 204, pp. 124–130. (in Ukrainian)
3. Kovalenko L.A. (2015) Konkurentsiia u khlibobulochnii promyslovosti Ukraini [Competition in the bakery industry of Ukraine]. *Naukovyi visnyk Khersonskoho derzhavnoho universytetu*, vol. 12, part 1, pp. 112–115. (in Ukrainian)
4. Kondius I.S. and Radchuk Yu.L. (2019) Tendentsii rozvytku khlibopekarskoi haluzi v Ukraini [Trends in the development of the bakery industry in Ukraine]. *Ekonomichnyi forum*, no. 2, pp. 44–50. (in Ukrainian)
5. Leheza D.H., Sokil Ya.S. and Kulish T.V. (2023) Povedinka spozhyvachiv na rynku boroshna v krainakh Yevropeiskoho Soyuzu [Consumer behavior in the flour market in the European Union countries]. *Ekonomika, upravlinnia ta administruvannia*, no. 3 (105), pp. 43–50. (in Ukrainian)

6. Novoytenko I.V. and Malynovskiy V.V. (2020) Stan ta osnovni trendy rozvytku khlibopekarskoi promyslovosti Ukrainy [State and main trends of the development of the bakery industry of Ukraine]. *Efektivna ekonomika*, no. 11. Available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8314> (accessed May 04, 2026). (in Ukrainian)
7. Samoylyk Yu.V. and Zhaivoron D.S. (2024) Ahroprodovolchyi rynek: etapy ta suchasni tendentsii rozvytku [Agro-food market: stages and modern development trends]. *Naukovi pratsi MAUP. Ekonomichni nauky*, vol. 3 (75), pp. 12–18. (in Ukrainian)
8. Svystun T.V. and Tuz K.V. (2017) Analiz rynku zamorozhenykh napivfabrykativ Ukrainy [Market analysis of frozen convenience foods of Ukraine]. *Ekonomika kharchovoi promyslovosti*, vol. 9, no. 2, pp. 19–23. (in Ukrainian)
9. Sychevskiy M.P., Shpychak O.M., Kovalenko O.V., Kuts O.I. and Bokii O.V. (2020) Tendentsii ta perspektyvy rozvytku khlibopekarskoho vyrobnytstva v yevropeiskykh krainakh [Trends and prospects of bakery production development in European countries]. *Ekonomika APK*, no. 7, pp. 54–67. (in Ukrainian)
10. Stetsenko D. O. (2026) Analiz stanu rynku zamorozhenykh khlibobulochnykh produktiv v Ukraini [Analysis of the state of the market for frozen bakery products in Ukraine]. *Ekonomichni dni – 2026: III Vseukrainska nauko-vo-praktychna konferentsiia* (Kyiv, 2026). Kyiv: NUBiP Ukrainy. (in Ukrainian)
11. Yasnytska V. (2022) Khlibozavod Chanta Mount vidnovliuie vyrobnytstvo na Kyivshchyni [Chanta Mount bakery restores production in Kyiv region]. *Landlord*. Available at: <https://landlord.ua/news/investytsii/khlibozavod-chanta-maunt-vidnovliuie-vyrobnytstvo-na-kyivshchyni/> (accessed May 04, 2026). (in Ukrainian)
12. Chládková H. (2006) Internal environment of a bakery and its analysis. *AGRIC. ECON. – CZECH*, vol. 52, no. 2, pp. 83–88.
13. Cristea B.M., Voica D.V., Nitescu M., Alexa E., Cocan I., Negrea M.V., Bubulac L. and Arsene A.I. (2025) Consumption Habits of Flour Products in Correlation with Current Market Trends. *Appl. Sci*, vol. 15, no. 24, p. 12853.
14. Sultana A., Farazi Ashraful M.A.R., Khan M.M.I., Ria M.R.J., Uddin M.R. and Islam M.A. (2025) Customer Segmentation and Demographic Influences on Frozen Food Purchase Behavior: An Empirical Analysis. *International Journal of Research and Innovation in Applied Science (IJRIAS)*, vol. X, Issue IV, pp. 438–446.
15. Krasilnikova E.E. (2014) The development of the baking industry in Ukraine. *Ekonomika kharchovoi promyslovosti*, no. 4 (24), pp. 10–16.
16. Kubicová L. and Predanociová K. (2018) Situation in the market of bakery products. *International Scientific Days 2018*. Nitra: Slovak University of Agriculture, pp. 391–406.
17. Maiboroda H. (2021) The study of consumer behavior in the market of bakery products in the conditions of brand management. *Three Seas Economic Journal*, vol. 2, no. 2, pp. 34–39.
18. Mickiewicz B. and Britchenko I. (2022) Main trends and development forecast of bread and bakery products market. *VUZF Review*, vol. 7, no. 3, pp. 113–123.
19. Strashynska L. (2018) Bread and bakery market in Ukraine: trends, problems and prospects of development. *Naukovi pratsi NUKHT*, vol. 24, no. 5, pp. 70–80. (in Ukrainian)

Дата надходження статті: 17.04.2026

Дата прийняття статті: 12.05.2026

Дата публікації статті: 22.05.2026