

**УПРАВЛЕНИЕ ВЫСОКОТЕХНОЛОГИЧЕСКИМИ КОМПАНИЯМИ
В РАЗВИВАЮЩИХСЯ СТРАНАХ**

Исследована сущность высокотехнологичных компаний, их характерные особенности и принципы операционного менеджмента. Приведена классификация инноваций и моделей управления ими на примерах известных высокотехнологических компаний. Рассмотрены варианты развития высокотехнологических компаний в развивающихся странах, а именно в Украине.

Ключевые слова: высокотехнологические компании, операционный менеджмент, управление инновациями и научно-исследовательскими работами, технологический менеджмент.

Рыкуніч Анастасія Юрїївна, кандидат економічних наук, доцент, кафедра економіки підприємств, Київський національний економічний університет ім. Вадима Гетьмана, Україна, e-mail: rykunich@gmail.com.

Рыкуніч Анастасія Юрїївна, кандидат економічних наук, доцент, кафедра економіки підприємств, Київський національний економічний університет ім. Вадима Гетьмана, Україна.

Rykunich Anastasiia, Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman, Ukraine, e-mail: rykunich@gmail.com

УДК 338.12.017

DOI: 10.15587/2312-8372.2016.87167

Сохацкая А. В.

**ИССЛЕДОВАНИЕ УСЛОВИЙ ПОВЫШЕНИЯ
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ СНЕКОВОЙ
ПРОДУКЦИИ ПРЕДПРИЯТИЙ ПИЩЕВОЙ
ОТРАСЛИ**

Проведено исследование условий формирования конкуренции в сегменте снековой продукции предприятий пищевой промышленности. Проанализирована структура и динамика потребления продукции по группам товаров. Выделены ключевые тенденции развития рынка в условиях экономического спада. Определили лидеров отрасли в разрезе товарных групп, а также характер конкуренции между ними. На основе аналитической и статистической информации о деятельности ведущих производителей определены приоритетные направления развития снекового рынка с учетом влияния ключевых факторов конкурентоспособности.

Ключевые слова: рынок снеков, конкуренция, структура потребления, динамика экспорта, сезонные колебания спроса, факторы конкурентоспособности.

1. Введение

Под влиянием трансформационных процессов, вызванных интеграцией Украины в международную экономическую систему и внутренними экономико-политическими преобразованиями, происходят системные изменения в отраслевой структуре экономики, вывода предприятия агросектора на ключевые позиции. Природные, технико-технологические, историко-демографические условия развития этой отрасли, а особенно сектора пищевой промышленности, благоприятствуют росту капитализации предприятий и обеспечивают их высокий экспортный потенциал.

Новые вызовы, которые ставит современная бизнес-среда перед украинскими производителями, способствуют активному поиску конкурентных преимуществ для обеспечения устойчивого развития предприятий в условиях снижения темпов роста экономики. Для обеспечения притока инвестиций в наиболее перспективные отрасли необходимо всестороннее исследование условий формирования конкурентной среды и выявление тенденций развития рынков.

**2. Объект исследования
и его технологический аудит**

Объектом исследования является рынок снековой продукции предприятий пищевой отрасли в Украине. Дан-

ный рынок является одним из наиболее перспективных и быстрорастущих рынков мировой экономики, и у производителей Украины есть значительный потенциал для развития в данной сфере. По оценкам экспертов [1–5], мировое потребление снековой продукции существенно отличается от уровня потребления на внутреннем рынке. Так, среднестатистический житель США потребляет около 10 кг снековой продукции в год [2], в Европе этот показатель равен 5–6 кг [4], а в Украине — только 1,5 кг [5], что свидетельствует о высоком потенциале роста потребительского рынка в среднесрочном периоде.

Для выявления ключевых факторов конкурентоспособности снековой продукции проведен анализ конкуренции в отрасли, выявлен экспортно-импортный потенциал рынка, сформирован состав ключевых игроков и лидеров рынка.

Проблемы развития отрасли, связанные с кризисными явлениями в экономике Украины последних лет, сопоставлены с возможностями и перспективами роста, что способствует повышению конкурентоспособности производителей снековой продукции на внутреннем и внешних рынках.

3. Цель и задачи исследования

Цель исследования состоит в проведении анализа конкурентной среды на рынке снековой продукции в условиях выхода экономики Украины из кризиса.

Для достижения поставленной цели исследования определены следующие научно-практические задачи:

1. Провести комплексный анализ состояния рынка снековой продукции в Украине и его основных элементов.
2. Проанализировать структуру и объемы потребления снековой продукции в Украине.
3. Охарактеризовать состояние конкуренции в отрасли на основе анализа деятельности конкурентов.
4. Выявить основные тенденции развития отрасли в среднесрочной перспективе.
5. Разработать рекомендации относительно путей повышения конкурентоспособности снековой продукции в современных экономических условиях.

4. Анализ литературных данных

Исследованию конъюнктуры рынка снековой продукции посвящается все больше публикаций в научных и периодических специализированных изданиях, что объясняется расширением рынка и повышением к нему научно-практического интереса.

Зарубежные аналитические издания [1–4, 6, 7] уделяют мониторингу рынков снековой продукции большое внимание, давая обоснованную оценку конъюнктуры по продукту, производителям, группам потребителей, территориям. Материалы представленных исследований характеризуют текущее положение, влияние на потребителя и перспективы роста снековых рынков Европы [4, 6], США [1, 2] и стран мира [3, 7]. Аналитики отмечают рост динамики потребления снековой продукции в отдельных категориях, переориентацию потребителя на более здоровую, органическую продукцию и изменение структуры каналов продвижения с учетом распространения информационных технологий.

В украинских изданиях преобладают исследования прикладного узкоспециализированного характера, проводимые отдельными экспертными группами для оценки конкурентного положения отдельных компаний. Так, в ряде публикаций [5, 8, 9] анализируется текущее состояние снекового рынка Украины и выделяются ключевые тенденции его развития. В работе [9] выделяются приоритетные сегменты потребителей снековой продукции в разрезе демографической структуры общества. Автор [10] проводит оценку состояния и перспектив развития продовольственной сферы Украины в условиях глобализации рынков. В изданиях [11–15] излагаются отдельные характеристики конкурентного положения ряда предприятий отрасли, обобщенные в ходе ретроспективного анализа рынка снековой продукции.

Однако динамика конъюнктуры требует оценки таких аспектов, как экспортно-импортный потенциал отрасли, перспективы расширения рыночных сегментов, анализа динамики продаж по регионам и каналам продвижения. Выявление ключевых факторов конкурентоспособности и тенденций развития предприятий отрасли являются необходимой составляющей маркетингового анализа и способствуют обеспечению устойчивого роста в сложных современных экономических условиях.

5. Материалы и методы исследования

Для решения поставленных задач были использованы методы: логического обобщения, диалектического

познания, анализа и синтеза, формализации, сравнительного анализа, системного анализа, классификации, графоаналитический метод.

Исходными материалами для проведения исследования послужили данные отраслевых изданий Украины, Министерства статистики и Таможенной базы Украины, отраслевой порталов, статистической отчетности и сайтов ведущих производителей отрасли, аналитические обзоры экспертов и трейдеров рынка снековой продукции.

6. Результаты исследований

Рынок снековой продукции является одним из наиболее динамичных секторов пищевой промышленности Украины. По терминологическому определению «снек» является разновидностью легкой закуски, употребляемой между основными приемами пищи. В условиях стремительно ускоряющихся темпов жизни современного человека такой вид продукции становится все более востребованным и особенно популярным среди молодежи, что дает основания прогнозировать значительный (до 300–400 %) рост емкости рынка [9].

Согласно государственной классификации товарной номенклатуры Украины [16], исследуемая продукция делится на следующие группы:

- 15.33.23 – Орехи, арахис и прочие семена, жаренные, соленные или обработанные другим способом (т. е. снеки);
- 15.84.23.800 – Драже;
- 15.84.23.910 – Халва.

Производство козинаков предприятия при составлении статистической отчетности относят к различным группам, так как четкой классификации для этого продукта нет. Поэтому оценка объемов производства производилась по отчетности крупнейших производителей козинаков методом исключения.

Общие объемы производства продукции рынка снековой продукции по данным статистики [17] в 2015 году достигли 87775,6 т, что в стоимостном выражении составило 1153,8 млн. грн. (в фактических ценах производителей). По результатам анализа данных в структуре производства снековой продукции в натуральном выражении 40 % занимает халва, 3 % козинаки, снеки – 47 %, драже – 10 %. В стоимостном выражении структура производства выглядит следующим образом:

- 34,4 % – халва;
- 2,3 % – козинаки;
- 41,8 % – снеки;
- 21,5 % – драже.

По оценкам экспертов, это на 30–35 % меньше, чем в 2014 г. [5].

Объем импорта в 2015 году составил, согласно данным таможенной аналитической базы [17], всего 9 % от объема внутреннего производства, или 12967,9 тыс. дол., из них 70,6 % составили драже, 21,2 % – снеки (арахис и фисташки). Импорт халвы составил всего 8,2 %, что объясняется значительными масштабами внутреннего производства этого вида продукции.

Экспорт значительно (в 2,4 раза) превышает импорт, что свидетельствует о существенном производственном потенциале внутреннего рынка. Так, объем экспорта в 2015 году составил 30,9 млн. дол., причем около 93 % из них пришлось на халву (54,5 %) и дра-

же (38,3 %), а прочие снеки и козинаки заняли всего 6,5 % и 0,7 % соответственно. Оценочное количество экспортируемой продукции составило 16,6 тыс. тонн, из них наибольшую долю в общей структуре занимает халва (78,1 %), почти пятую часть — драже (19,1 %), снеки всего 2,2 %, а козинаки — 0,6 %.

Динамика рынка, представленная на рис. 1, характеризуется сезонностью, что связано со спецификой продукции.

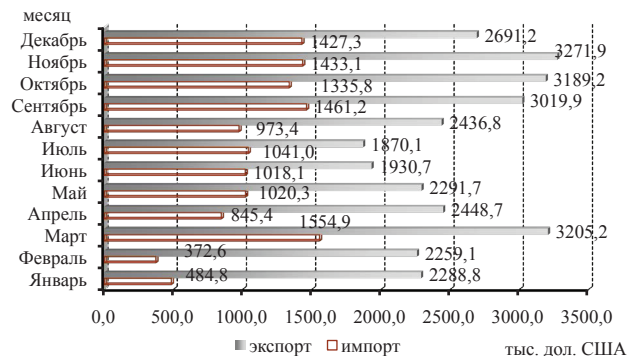


Рис. 1. Динамика экспорта — импорта снековой продукции в 2015 г. (составлено автором по результатам анализа данных [12, 17–19])

В наибольшей степени эти колебания отражаются на экспорте продукции, поскольку в товарной структуре преобладает продукция сезонного спроса. Пиковые объемы экспорта приходятся на весенний (март — 3205,2 тыс. дол.) и осенний (ноябрь — 3271,9 тыс. дол.) период. Самые низкие продажи на экспорт в летний период (июль — 1870,1 тыс. дол.), что связано с уменьшением спроса на халву, козинаки, драже в данный период.

По импорту динамика более стабильна, существенные колебания отмечаются только в весенний период (минимум поставок в феврале — на 372,6 тыс. дол., и максимум — уже в марте — 1554,9 тыс. дол.). Стойкое повышение спроса на импортируемую продукцию наблюдается в осенний период (сентябрь — декабрь).

Исходя из объемов производства, внутреннее потребление в 2015 году можно оценить следующим образом: халва — 21,9 млн. дол., козинаки — 2,3 млн. дол., снеки (арахис, фисташки) — 46,7 млн. дол., драже — 20,9 млн. дол. Следует отметить, что объемы потребления таких импортозависимых групп, как снеки (орехи, фисташки) значительно снизились вследствие процессов девальвации, ужесточения процедур таможенного регулирования и перераспределения структуры потребительской корзины. Являясь группой товаров сегмента «импульсных покупок», рынок драже и снеков сократился в 2015 году за счет снижения платежеспособного спроса на 14 % по отношению к 2014 году [9]. Однако к началу 2016 года рынок стабилизировался, преимущественно за счет внутреннего производства, и в первом полугодии наблюдалось сокращение падения объемов потребления на 4 % [5].

Оценивая структуру рынка в разрезе каналов сбыта (рис. 2), можно выделить магазины как наиболее перспективные с точки зрения реализации снековой продукции. На их долю, по оценкам экспертов [11, 14, 20], относится около 50,0 % всего объема продаж, особенно целесообразно их использование в сельской местности.

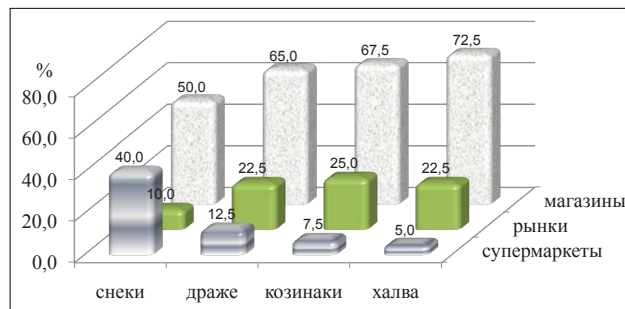


Рис. 2. Структура рынка снековой продукции по каналам сбыта (составлено автором на основе данных [11, 14, 20] и результатов экспертного опроса)

Супермаркеты занимают до 40 % в общей структуре, и доля их по отношению к другим каналам (прежде всего рынкам) увеличивается. Доля рынков, по мнению экспертов, в последние годы уменьшается, и на сегодняшний момент составляет около 10,0 % для сегмента снеков (арахис, фисташки). Для прочих сегментов структура каналов сбыта отличается от снековой. Так, магазины занимают от 65 % (драже) до 72,5 % (халва), являясь основным каналом сбыта. Рынки занимают от 22,5 % (драже, халва) до 25 % (козинаки). В супермаркетах продукция представлена незначительно — от 12,5 % (драже) до 5,0 % — халва.

По оценкам экспертов, наибольшую долю среди каналов сбыта по представленности поставщиков занимают супермаркеты (47 %). Небольшие магазины занимают около трети (33 %) от общего числа представленности поставщиков, особенно привлекательны в качестве каналов сбыта такие торговые точки в сельской местности. Доля рынков составляет 20 % в общей структуре и наблюдается выраженная тенденция к ее сокращению, по оценкам ряда экспертов [12, 14, 20].

Согласно экспертным оценкам менеджеров торговых сетей, средние объемы продаж снековой продукции за 1 месяц находятся в пределах 0,5–1,0 % от общего оборота торговой точки [13–15]. Наименьшую долю в общем объеме продаж составляют козинаки — 0,5–0,7 тыс. грн. в месяц в среднем по торговой точке, драже и халва близки по объемам продаж и в среднем реализуются на сумму от 4,1 до 7,0 тыс. грн. Лидируют по объемам продаж снеки — от 9,2 тыс. грн. (северный регион) до 14,8 тыс. грн. (центральный).

По результатам анализа данных торговых точек наблюдается жесткая ценовая конкуренция по всем анализируемым позициям. Наиболее дорогими марками в сегменте снеков по арахису являются зарубежные бренды «Mogij» (Венгрия) и «Феликс» (Польша, импортер — Интерснэк-Груп), а наиболее доступными — отечественные марки «Премия», «Міцний горішок» (ТОВ «Запад», Украина). По группе фисташек выше среднего уровня цен продаются марки «Аромикс» (ТОВ «Бакалия»), «Ма-чо» (ООО «Снек Экспорт»), «Smack» (Лидер-Снек), а дешевле средних — марки «Red Pistachio» (ООО «Снек Экспорт»), «Захід» (ТОВ «Запад», Украина).

По сегменту драже ценовая политика зависит от разнообразия ассортимента ряда. Среди наиболее дорогих марок в целом по сегменту можно выделить продукцию M&M's (ТОВ «Марс», Россия), «Золотой орешек» (корпорация Rainford, ПП Агенство «Малби», Украина), а среди наиболее доступных —

марка «Клим» (ЧПТФ Криолит-Днепр, Украина), «Sladko» (корпорация АТБ, Украина).

По сегменту козинаков наиболее дорогой является марка «Жайвир» (ПрАТ «Шполянський завод продтоваров», Украина), а нижний уровень цен — по марке «Sladko» (корпорация АТБ, Украина).

В группе халвы представлено более 12 торговых марок, среди которых не только украинские производители, но и зарубежные бренды, которые занимают верхний ценовой сегмент. Это такие марки, как «Сісєкоглу» (Турция), «Дружба» («РотФронт», Россия), среди отечественных выше среднего уровня позиционируются марки «Дружковская» (ООО «ДПФ», Украина), «Золотой век» (ТОВ «ТриСтар», Украина). Ниже среднего цены на продукцию марок «Господарочка» (ОКЗ, Украина), «Чудово» (ТОВ «Новомосковське», Украина), «Сонечко» (ПОО АТ «Фирма Ласка», Украина).

Ситуацию на рынке снековой продукции можно охарактеризовать как олигополистическую конкуренцию. Рынок характеризуется высоким уровнем конкуренции среди небольшого числа ведущих украинских производителей и ряда крупных компаний — импортеров, а также наличием большого числа мелких производителей и дистрибьюторов, работающих преимущественно в нижнем ценовом сегменте.

Рынок снековой продукции, как и в целом пищевая отрасль, характеризуется высоким потенциалом роста, преимущественно в секторе снеков (арахис, фисташки), что привлекает новых игроков на рынок из смежных отраслей. Конкуренция проявляется, прежде всего, в ценовой сфере и сфере продвижения товара. Эффективными инструментами продвижения являются инновации в области продукта, упаковки, расширение ассортиментного ряда, информационная поддержка бренда (имидж, реклама).

Среди основных производителей снековой продукции (семечки, арахис, фисташки и др.) безусловным лидером является компания «Снек-Экспорт», обеспечивая около 52 % общего объема группы. В пятерку лидеров также входят компании «Лидер-Снек» (специализируется исключительно на снековой продукции данной группы) и Дружковская пищевкусовая фабрика (около 7 % каждая), а вместе с компаниями «Подольский прометей» (3,7 %) и «Укрпродснєк Груп» (3,6 %) они охватывают около 73 % рынка снеков по группе 15.33.23 (рассчитано автором на основе данных [11–15, 17, 19, 20]).

Среди производителей драже доминируют компании — флагманы кондитерской отрасли: ПО «Конти» (30 % от общего объема производства драже), ПАО «Крафт Фудз Украина» (12 %), ПАО ЛКФ «Свиточ» (около 11 %), а также фирма «Криолит — Днепр» (более 15 %) и Дружковская пищевкусовая фабрика (6,2 %). Общая доля пятерки лидеров составляет около 75 % всего производства драже в Украине.

Среди производителей халвы доминирует Дружковская пищевкусовая фабрика (47,3 %). Далее следуют: «Три Стар» — 17,8 %, Одесский консервный завод (11,1 %), ООО КФ «Східні ласощі» (4,4 %) и компания «Диана» (3,2 %), обеспечивая в целом более 80 % общего объема производства халвы.

В структуре производителей козинаков монопольное положение занимает ООО «Три Стар» (70 % объема производства группы), 10 % — Одесский консервный завод, 5 % — Шполянський завод продтоваров, прочие

компании обеспечивают лишь около 15 % (рассчитано автором на основе данных [11–15, 17–20]).

Оценивая структуру производства в натуральном выражении, можно выделить компанию «Снек-Экспорт», принадлежащую корпорации S.I.GROUP — крупнейшему национальному объединению торгово-производственных предприятий, которые осуществляют свою деятельность на рынке Украины и в странах Восточной Европы в различных направлениях бизнеса, в том числе занимаясь производством снеков. Компания представлена на рынке торговыми марками «SEMKI», «ФЛИНТ», ТМ «KartoFan», «Козацька розвага», ТМ «Мачо», ТМ «Морские», ТМ «Red Pistachio», а доля ее в общем объеме производства снекового сегмента составляет около 20 % [11, 12]. Принимая во внимание общие тенденции развития рынка, перспективы роста сегмента снеков (семечки, орехов), эта компания выступает наиболее серьезным конкурентом для прочих игроков рынка.

Среди основных импортеров на внутренний рынок можно выделить ООО «Марс Украина», которое занимает почти 50 % в общей структуре импорта, обеспечивая внутренний рынок основным ассортиментом драже известного мирового бренда. Также поставками драже занимаются компании ООО «Пуратос Украина» (7,2 %), ТОВ «Ферреро Украина» (4,5 %), и прочие. Из крупных поставщиков халвы можно выделить лишь ООО «Свитсленд» (6,4 %, поставки из РФ), что объясняется насыщенностью внутреннего рынка товарами собственного производства. Поставки орехов (арахис, фисташки) обеспечивают компании «Интерснєк Украина» (ТзОВ «Транспарент») — 9,6 %, ООО «Моди» — 4,5 %, ТОВ «Клов» — 2,1 % и другие. В целом импортеры с оборотом более 185 тыс. дол. каждый обеспечивают около 85 % импорта (рассчитано автором на основе анализа данных [11, 12, 14, 17]).

Среди экспортеров также наблюдается тенденция к монополизации — ООО «ДПФ» обеспечивает около 48 % поставок на внешние рынки, вместе с компаниями «Три Стар» (9,4 %) и «Конти» (7,8 %) охватывая около 65 % внешних рынков. Таким образом, 9 основных игроков рынка с оборотом экспортных поставок более 260 т каждый обеспечивают 87 % экспорта (рассчитано автором на основе данных [11, 12, 14, 17, 19]).

По оценкам экспертов и результатам анализа открытых источников, доминирующей тенденцией для всех групп товаров является сезонный характер спроса, в наибольшей степени проявляющийся в секторе сахарных изделий (халва, козинаки). В связи с этим в летний период прослеживается тенденция к спаду потребления сладостей (драже, халвы, козинаков), и увеличению спроса на снеки. Вместе с тем растущий рынок способствует увеличению числа конкурентов, как среди украинских производителей, так и среди импортеров, что стимулирует развитие продуктового ряда, расширение ассортимента, прежде всего для сегмента драже. Среди тенденций в сегменте снеков отмечается удорожание стоимости сырья в связи с ужесточением таможенного регулирования. Эти тенденции, а также растущий спрос вызывают рост цен на снековую продукцию (арахис, фисташки). Так, по оценкам экспертов [5], отдельные позиции снековой продукции (сухари, гренки, семечки) выросли по отношению к ценам 2014 года в 1,5–2 раза, а импортозависимые позиции — в 2–3 раза.

Обобщая результаты проведенного анализа, можно выделить ряд ключевых факторов конкуренции на рынке снековой продукции (табл. 1).

Так, среди наиболее значимых факторов развития рынка определяющими являются внутриэкономические (благоприятный экономический климат, стабильность на валютном рынке) — 29,6 %, а также связанный с ними режим таможенного регулирования (18,5 %), который неблагоприятно сказывается на ценовой политике участников рынка.

Таблица 1

Ключевые факторы конкуренции рынка снеков

| Фактор | Частота упоминания, % | Приоритетные сферы влияния |
|---|-----------------------|----------------------------|
| Технологии производства | 7,4 | драже |
| Урожайность, цена на сырье | 11,1 | снеки |
| Качество товара, упаковки, ассортимент | 14,8 | драже, козинаки |
| Платежеспособный спрос | 18,5 | снеки, халва |
| Таможенное регулирование | 18,5 | снеки |
| Внутриэкономическая стабильность, валютный курс | 29,6 | снеки, драже, козинаки |

Примечание: составлено автором по оценкам экспертов.

Среди основных факторов развития сектора снеков наиболее значимым является уровень цен на сырье, валютный курс и режим ввоза импортируемого сырья, что определяет цены на конечную продукцию. По оценкам экспертов, именно эти факторы сдерживают сегодня рост рынка. Сектор драже зависит, прежде всего, от возможностей производителей расширять ассортиментную базу, внедрять инновации в сфере продукции и упаковки. Для операторов рынка козинаков наибольшее значение на перспективы развития рынка оказывает фактор сезонности, а для сегмента халвы решающим наряду с сезонными колебаниями являются ценовая и макроэкономическая конъюнктура рынка.

Среди ключевых причин конкурентной динамики, формирующих спрос на отдельные группы продукции, наиболее существенное влияние оказывают следующие (табл. 2).

Таблица 2

Влияние факторов конкурентной динамики на рост сегментов рынка

| Причины роста/спада | снеки | драже | козинаки | халва |
|---|-------|-------|----------|-------|
| Дефицит высокотехнологичного оборудования | — | +++ | — | — |
| Таможенное регулирование | + | + | — | — |
| Макроэкономическое положение | ++ | + | + | — |
| Деятельность конкурентов | + | — | — | — |
| Сезонность | + | + | ++ | +++ |
| Снижение платежеспособности | +++ | — | — | — |
| Расширение рынков сбыта | — | + | ++ | — |
| Расширение ассортимента | — | ++ | +++ | ++ |
| Спрос на натуральный продукт | — | — | ++ | ++ |

Примечание: составлено автором по оценкам экспертов; +++ — сильное влияние фактора; ++ — умеренное влияние; + — слабое влияние; — — влияние незначительное/отсутствует.

Основными причинами сдерживания темпов роста рынка являются, по оценкам экспертов, явления макроэкономического характера, которые стали причиной снижения платежеспособности потребителя, а также отсутствие государственной поддержки в сфере таможенного регулирования. Особенно чувствительны к этим изменениям снековые продукты — арахис, фисташки.

Рост сегмента драже сдерживается дефицитом высокотехнологичного оборудования, а наиболее значимой причиной роста является расширение ассортимента продукции. Удовлетворение более требовательного спроса за счет расширения ассортимента является значимым и для сегмента козинаков. Также росту данного сегмента способствуют расширение рынков сбыта, прежде всего экспорт, повышенный спрос на натуральный продукт, а сдерживающим фактором является для рынка сезонный характер спроса.

Следует отметить, что высокий уровень значимости ряда факторов свидетельствует о необходимости активного внедрения инноваций в производственный процесс. О перспективах инвестирования в развитие отрасли свидетельствует и стойкий интерес таких крупных игроков, как PepsiCo и Mondelez [5], к покупке наиболее привлекательных украинских производителей.

Оценивая перспективы развития снекового рынка в Украине, можно отметить, что, несмотря на существенное снижение уровня платежеспособности и неблагоприятные макроэкономические условия последних лет, рынок в целом остается достаточно стабильным и имеет высокий потенциал роста. Это объясняется, в первую очередь, наличием мощной сырьевой базы для обеспечения растущего спроса на внутреннем и внешнем рынках.

Оценивая перспективы развития рынка снековой продукции, следует отметить определяющую роль политической и экономической стабильности в стране, создание благоприятных инвестиционных условий для производителей и урегулирование таможенного законодательства. В период 2013–2015 г.г. наблюдалось ухудшение конъюнктуры для мелких и средних производителей, вынуждая их искать новые ниши или укрупняться. Результатом вынужденного сокращения расходов и пересмотра бюджета потребителя в посткризисный период стало перераспределение структуры продаж в пользу нижнего ценового сегмента и одновременное сокращение по премиум-сегменту (дорогие виды продукции).

Несмотря на растущий спрос, уровень платежеспособности потребителя можно определить как недостаточный, что вынуждает производителей снековой продукции искать новые решения в сфере продвижения, в первую очередь, совершенствуя упаковку товара. Высокий уровень конкуренции ставит перед необходимостью поиска новых технологий, модернизации производства, продуктовых инноваций.

По итогам прогнозирования конъюнктуры можно ожидать роста рынка в пределах 10–16 % за счет растущего спроса на данную продукцию — оптимистический прогноз (рис. 3).

Однако негативный сценарий развития факторов (снижение уровня доходов населения, экономическая нестабильность) может ухудшить ситуацию на рынке, что повлечет за собой снижение объемов потребления до 17–20 % — пессимистический прогноз. В первую очередь падение отразится на мелких производителях из-за снижения уровня прибыльности и дефицита оборотных

средств, а также на продукции верхнего ценового сегмента из-за снижения платежеспособности населения. Анализируя перспективы развития рынка в разрезе отдельных сегментов, можно отметить неравномерный рост объемов потребления. Так, рост сегмента снеков прогнозируется до 25 %. В то же время другие сегменты имеют значительно меньший потенциал роста: халва — около 2 %, драже — около 4 %, козинаки — 4–5 %.

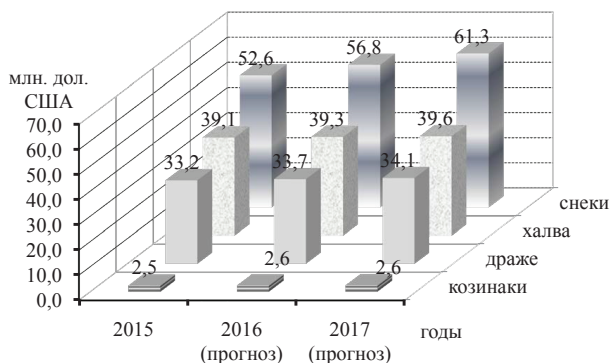


Рис. 3. Позитивный прогноз объемов потребления снековой продукции по категориям

Среди рыночных возможностей наиболее перспективными являются сектор драже (наличие собственной производственной и сырьевой базы, устойчивый спрос, менее подверженный сезонным колебаниям в сравнении с группой 15.84.23.900, высокий экспортный потенциал), а также сектор снеков (доступное качественное сырье украинского производства — семена, национальные традиции потребления продукции — высокий потенциал роста внутреннего рынка, лидерство по объемам продаж в торговых точках). По сектору халвы перспективным является развитие в сфере упаковки и продвижения товара. Значителен экспортный потенциал сегментов козинак, халвы благодаря наличию сырьевой базы, однако для минимизации влияния фактора сезонности необходимо развитие технологий хранения сырья, что требует значительных инвестиций.

В целом, с учетом негативных макроэкономических ожиданий, можно предполагать стабилизацию рынка в сегменте традиционных снековых продуктов (семечки, сухарики, халва) и существенное сокращение в сегменте импортозависимых товаров (драже, фисташки).

Активное инвестирование в высокотехнологичное оборудование в таких условиях доступно лишь крупным игрокам, что способствует дальнейшей монополизации рынка.

7. SWOT-анализ результатов исследований

Сильной стороной проведенного исследования является всесторонний анализ конкурентной среды рынка снековой продукции с обобщением и структуризацией информации относительно динамики и структуры производства, каналов сбыта продукции, внешнеэкономического потенциала и факторов развития внутреннего производства. Это позволило выделить наиболее значимые конкурентообразующие факторы для отдельных товарных групп и отрасли в целом.

Слабостью проведенного анализа является субъективность прогнозов на будущий период относительно тенденций развития рынка, что обусловлено высокой

нестабильностью экономики Украины и значительным влиянием макроэкономической и политической ситуации в стране на состояние внутреннего рынка.

Возможностью исследования является его практическая направленность с перспективами использования результатов в деятельности украинских производителей снековой продукции. Учет влияния ключевых конкурентных факторов, выявленных в ходе проведенного анализа, на деятельность предприятий, будет способствовать повышению их конкурентоспособности и развитию экспортного потенциала.

Угрозой для результатов исследования выступает непрогнозируемое изменение факторов внешней среды, влекущее за собой существенное ужесточение конкурентной борьбы и, как следствие, появление новых конкурентообразующих факторов, требующих углубленного анализа.

8. Выводы

1. Проведенный комплексный анализ рынка снековой продукции и его основных элементов показал, что в целом рынок характеризуется стабильностью и имеет высокий потенциал роста, в первую очередь, в секторе традиционных снеков (семечки, орехи жареные). Структура товарного рынка неравномерна, а ее изменения связаны с влиянием внешнеэкономических факторов на внутреннее производство и характер потребления продукции. Спрос носит сезонный характер, особенно на кондитерскую продукцию (халва, козинаки), рост приходится на весенне — осенний период, спад — на летний.

2. Анализ структуры и объемы потребления снековой продукции в Украине свидетельствует о том, что рынок формируется преимущественно за счет внутреннего производства, преобладающими позициями являются снеки и халва (более 85 % рынка). Объем импорта в 2015 году составил всего 9 % от внутреннего производства, из них 70,6 % составили драже, 21,2 % — снеки (арахис и фисташки). Экспорт превышает импорт в 2,4 раза, причем около 93 % его приходится на халву и драже. Структура рынка в разрезе каналов сбыта показала, что наибольшую долю в объеме продаж занимают магазины, второе место — супермаркеты, а рынки сокращают свои позиции в последние годы.

3. В исследуемом сегменте наблюдается жесткая ценовая конкуренция по всем анализируемым позициям. Наиболее дорогими марками в каждом сегменте являются зарубежные бренды и украинские марки компаний-лидеров.

На рынке выделяются несколько ключевых игроков, формирующих основное конкурентное пространство рынка. Исследуя конкуренцию внутри групп, можно выделить среди основных производителей снековой продукции (семечки, арахис, фисташки и др.) компанию «Снек-Экспорт». В пятерку лидеров входят компании «Лидер-Снек» (специализируется на снеках — орехи, семечки) и ДПФ. В пятерку лидеров по производству драже (около 75 % рынка) входят: ПО «Контги», ПАО «Крафт Фудз Украина», ПАО ЛКФ «Свиточ», а также фирма «Криолит — Днепр» и ДПФ.

Среди производителей халвы доминирует ДПФ (47,3 %), значительные объемы компании «ТриСтар» (специализируется исключительно на халве и козинаках). В сегменте козинаков практически монопольное положение занимает компания «ТриСтар» (70 % от общего объема),

а доля перших трьох компаній в структурі сегмента займає около 85 %.

Рынок експортерів також в високій ступені монополізований. Перші три компанії забезпечують около 50 % всього обсягу експорту, а п'ятірка лідерів ринку — до 60 %. Серед імпортерів лідирують ООО «Марс Україна» (50 %), ООО «Пуратос Україна», ООО «Ферреро Україна», Інтерснєк Україна (ООО «Транспарент»).

4. Перспективи ринку визначаються загальною економічною кон'юнктурою (стан економіки в цілому, таможенне регулювання, платіжеспособність споживача), що при сприятливому розвитку ситуації може забезпечити незначительний ріст обсягів споживання. Зниження платіжеспособності населення значительно впливає на спит, і може скоротити споживання, перш за все, імпортозалежного преміум-сегмента, до 17–20 %.

Серед ключових факторів конкурентоспособності ринку снекової продукції можна виділити: наявність високотехнологічного обладнання, макроекономічну стабільність, таможенне регулювання, зниження платіжеспособності споживача, розвиток асортименту, підвищення спити на натуральну продукцію, сезонні коливання.

5. Для підвищення конкурентоспособності снекової продукції в сучасних економічних умовах українським виробникам необхідно сконцентрувати зусилля на інноваційній і маркетинговій складовій, особливо найбільш жорсткій конкурентній боротьбі, що проявляється в ценовій сфері і області просування товару. Компаніям необхідно впровадити технологічні інновації в сфері виробництва і упаковки продукту, розширити асортимент, вивести на ринок нові модифікації продукції (переважно в групі драже), активно розвивати сферу просування бренду (імідж, реклама, акції), задіявши не тільки традиційні канали, але і високотехнологічні інтернет-ресурси.

Література

1. Snack Food production in the US: market research report [Electronic resource] // IBIS World — Industry market research, 2016. — Available at: \www/URL: www.ibisworld.com/industry/default.aspx?id=271&partnerid=ValuationResources
2. Bender, J. Statistics and facts on the snack foods industry in the U.S. [Electronic resource] / J. Bender // Statista — The statistic portal. — 2016. — Available at: \www/URL: https://www.statista.com/topics/1496/snack-foods/
3. The global snack foods market. Trends, drivers and projections [Electronic resource] // Global Industry Analysts, Inc. — November 2015. — Available at: \www/URL: http://www.strategyr.com/MarketResearch/Snack_Foods_Salted_Baked_Frozen_Snacks_Market_Trends.asp
4. Annual Report & Review 2015/16 [Electronic resource] // European Snacks Association. — 2016. — Available at: \www/URL: http://esasnacks.eu/ESA_annual_report.15.pdf
5. Українці після дна кризи знову «підсіли» на снеки [Електронний ресурс] // Сьогодні.UA. — 24.05.2016. — Режим доступу: \www/URL: http://ukr.segodnya.ua/economics/business/ukraincy-posle-dna-krizisa-vnov-podseli-na-sneki-718246.html
6. Weber, M. Chip Market Strong: State of the Industry 2015 [Electronic resource] / M. Weber // Snack. Food and Wholesale Bakery. — July 15, 2015. — Available at: \www/URL: http://www.snackandbakery.com/articles/88123-chip-market-strong-state-of-the-industry-2015
7. Snack attack. What consumers are reaching for around the world [Electronic resource] // The Nielsen Company (US), LLC. — 2014. — Available at: \www/URL: http://www.nielsen.com/content/dam/niensglobal/kr/docs/global-report/2014/Nielsen%20Global%20Snacking%20Report%20September%202014.pdf

8. Євсейцева, О. С. Аналіз ринку снекової продукції України [Текст] / О. С. Євсейцева, А. В. Ющенко // Вісник КНУТД. — 2012. — № 6. — С. 53–64.
9. Семченко, О. Як криза сказався на споживанні снеків в Україні [Електронний ресурс] / О. Семченко // Портал Дело.ua. — 03.12.2015. — Режим доступу: \www/URL: https://delo.ua/business/kak-krizis-skazalsja-na-potreblenii-snekov-v-ukraine-308356/
10. Скидан, О. Продовольча сфера України в умовах глобалізаційних викликів [Текст] / О. Скидан // Економіка України. — 2009. — № 11. — С. 53–64.
11. Каталог товарів [Електронний ресурс] // Дружковська пищевкусовая фабрика, ООО. — 2016. — Режим доступу: \www/URL: http://2065.ua.all.biz/goods
12. Український ринок снеків [Електронний ресурс] // Бізнес-центр «Агентство промислових новостей». Сайт об'єднаного порталу пищепрома України. — Режим доступу: \www/URL: http://www.ukrprod.kiev.ua/commerce/package_page.php?packid=137
13. Новини ринку харчової промисловості [Електронний ресурс] // Міжнародний галузевий портал харчової промисловості. — Режим доступу: \www/URL: http://foodprom.org/news
14. Рейтинг виробників драже [Електронний ресурс] // Галузевий аналітичний портал «Кондитер України». — 29.08.2005. — Режим доступу: \www/URL: http://www.ukrkonditer.kiev.ua/news/1654
15. Компанія «Лідер Снек» [Електронний ресурс]. — Режим доступу: \www/URL: http://leader-snack.com.ua/
16. ДК 016-97. Державний класифікатор продукції та послуг [Електронний ресурс] // E-Tenders. Юридичні послуги. — Режим доступу: \www/URL: http://e-tenders.com.ua/legislation/klassifikator
17. База міністерства статистики України (База компаній) 2008-2015 год [Електронний ресурс] // TAMOGNJA.com. — Режим доступу: \www/URL: http://tamognja.com.ua/baza-statistiki.php
18. Таможенна статистика імпорту і експорту товарів [Електронний ресурс] // Інформаналіз. — Режим доступу: \www/URL: http://www.importstat.ru/?gclid=CJ3EtNavg7A CFUZd3woduRnHlw
19. Міністерство юстиції України. Єдиний державний реєстр юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань [Електронний ресурс]. — Режим доступу: \www/URL: https://usr.minjust.gov.ua
20. Товари і послуги [Електронний ресурс] // Пульс цен. — Режим доступу: \www/URL: http://pulsцен.com.ua/

ДОСЛІДЖЕННЯ УМОВ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ СНЕКОВОЇ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ ГАЛУЗІ

Проведено дослідження умов формування конкуренції в сегменті снекової продукції підприємств харчової промисловості. Проаналізовано структуру та динаміку споживання продукції за групами товарів. Виділені ключові тенденції розвитку ринку в умовах економічного спаду. Визначено лідерів галузі в розрізі товарних груп, а також характер конкуренції між ними. На основі аналітичної та статистичної інформації про діяльність провідних виробників визначено пріоритетні напрямки розвитку снекового ринку з урахуванням впливу ключових факторів конкурентоспроможності.

Ключові слова: ринок снеків, конкуренція, структура споживання, динаміка експорту, сезонні коливання попиту, фактори конкурентоспроможності.

Сохацька Анна Владимировна, кандидат економічних наук, доцент, кафедра менеджменту, ЧБУЗ «Європейський університет», Київ, Україна, e-mail: ans_d@i.ua.

Сохацька Ганна Володимирівна, кандидат економічних наук, доцент, кафедра менеджменту, ПВНЗ «Європейський університет», Київ, Україна.

Sokhatska Hanna, PHEI «European University», Kyiv, Ukraine, e-mail: ans_d@i.ua