

**УПРАВЛЕНИЕ ВЫСОКОТЕХНОЛОГИЧЕСКИМИ КОМПАНИЯМИ
В РАЗВИВАЮЩИХСЯ СТРАНАХ**

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

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

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

Рыкуніч Анастасія Юрївна, 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, также характер конкуренции между ними. На основе литической 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 в глобальную конкурентную среду и ключевые позиции. Природные, технико-технологические, историко-демографические условия развития этой отрасли, особенно сектор 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. Данный

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], 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 проведено исследование 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

Целью 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. Определить 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 посвящаются все больше публикаций в научных и периодических специализированных изданиях, что объясняется расширением рынка и повышением к нему научно-практического интереса.

Зарубежные научные издания [1–4, 6, 7] уделяют мониторингу рынков снековой продукции большое внимание, дают обоснованную оценку конъюнктуры по продукту, производителям, группам потребителей, территориям. Методы проведенных 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 динамик конъюнктуры требует оценки тенденций, как экспортно-импортный потенциал отрасли, перспективы расширения рыночных сегментов, 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

подхода, анализа и синтез, формализации, сравнительного анализа, системного анализа, классификации, графоаналитический метод.

Исходными материалами для проведения исследования послужили данные отраслевых изданий Украины, Министерства статистики и Теневой экономики Украины, отраслевого портала, статистической отчетности и сайтов ведущих производителей отрасли, научные 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 основание 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, орехи и прочие семена, жаренные, соленые или обработанные другим способом (т.е. снеки);
- 15.84.23.800 – Држе;
- 15.84.23.910 – Хлеб.

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

Общие объемы производств 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 в структуре производств снековой продукции в натуральном выражении 40 % составляет хлеб, 3 % кондитерские, снеки – 47 %, држе – 10 %. В стоимостном выражении структура производств выглядит следующим образом:

- 34,4 % – хлеб;
- 2,3 % – кондитерские;
- 41,8 % – снеки;
- 21,5 % – држе.

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

Объем импорта в 2015 году составил, согласно данным теневой и статистической базы [17], всего 9 % от объема внутреннего производства, или 12967,9 тыс. дол., из них 70,6 % составили држе, 21,2 % – снеки (орехи и фисташки). Импорт хлеба 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 хлеб (54,5 %) и држе –

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

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

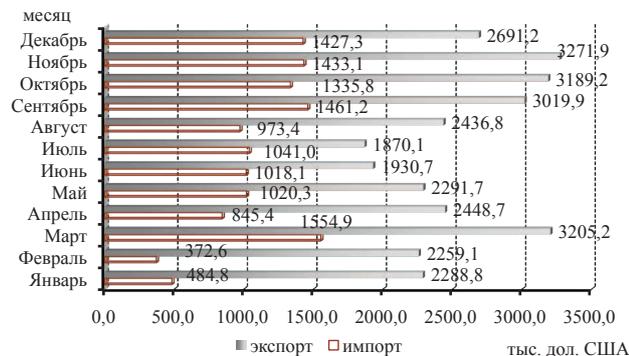


Рис. 1. Динамика экспорта — импорта снековой продукции в 2015 г. (составлено автором по результатам анализа данных [12, 17–19])

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.) периоды. Самые низкие показатели экспорта в летний период (июль — 1870,1 тыс. дол.), что связано с уменьшением спроса на халву, козинаки, држе в данный период.

По импорту динамика более стабильна, существенные колебания отмечаются только в весенний период (минимум поставок в феврале — 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 (орехи, фисташки) значительно снизились вследствие процессов девальвации, ужесточения процедур таможенного регулирования и перераспределения структуры потребительской корзины. Являясь группой товаров сегмента «импульсных покупок», рынок држе 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 объема потребления на 4 % [5].

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

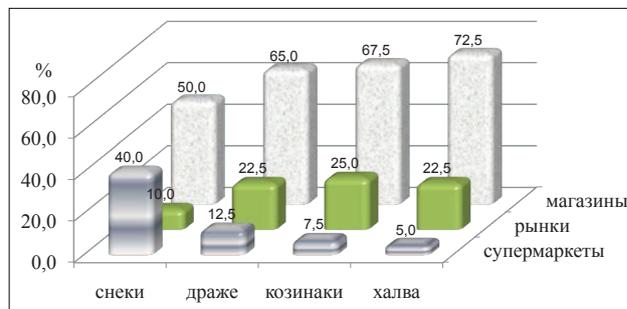


Рис. 2. Структура рынка снековой продукции по каналам сбыта (составлено автором на основе данных [11, 14, 20] и результатов экспертного опроса)

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

По оценкам экспертов, наибольшую долю среди каналов сбыта по предстительности поставщиков составляют супермаркеты (47 %). Небольшие магазинные составляют около трети (33 %) от общего числа поставщиков, особенно привлекательны в качестве каналов сбыта для торговых точек в сельской местности. Доля рынков составляет 20 % в общей структуре и наблюдается выходящая 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 не превышают 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, држе 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 реализуемым позициям. Наиболее дорогими марки в сегменте снеков по ореху являются за рубежом бренды «Mogij» (Венгрия) и «Феликс» (Польша, импортер — Интерснэк-Груп), наиболее доступными — отечественные марки «Премия», «Міцний горішок» (ТОВ «З п д», Укр ин). По группе фисташек выше среднего уровня цен продаются марки «Аромикс» (ТОВ «Б к лия»), «М-чо» (ООО «Снек Экспорт»), «Smack» (Лидер-Снек), дешевле средних — марки «Red Pistachio» (ООО «Снек Экспорт»), «З хід» (ТОВ «З п д», Укр ин).

По сегменту држе ценовая политика зависит от ассортиментного ряда. Среди наиболее дорогих марок в целом по сегменту можно выделить продукцию M&M's (ТОВ «М рс», Россия), «Золотой орешек» (корпорация Rainford, ПП Агентство «М лби», Укр ин), среди наиболее доступных —

м рк «Клим» (ЧПТФ Криолит-Днепр, Укр ин), «Sladko» (корпор ция АТБ, Укр ин).

По сегменту козин ков н иболее дорогой является м рк «Ж йвир» (ПрАТ «Шполянський з вод продтов ров», Укр ин), нижний уровень цен – по м рке «Sladko» (корпор цияАТБ, Укр ин).

В группе х лвы предст влено более 12 торговых м рок, среди которых не только укр инские производители, но и з рубежные бренды, которые з ним ют верхний ценовой сегмент. Это т кие м рки, к к «Cicekoglu» (Турция), «Дружб » («РотФронт», Россия), среди отечественных выше среднего уровня позиционируются м рки «Дружковск я» (ООО «ДПФ», Укр ин), «Золотой век» (ТОВ «ТриСт р», Укр ин). Ниже среднего цены н продукцию м рок «Господ рочк » (ОКЗ, Укр ин), «Чудово» (ТОВ «Новомосковське», Укр ин), «Сонечко» (ПОО АТ «Фирм Л ск », Укр ин).

Ситу цию н рынке снековой продукции можно ох рктеризовать к олигополистическую конкуренцию. Рынок х рктеризуется высоким уровнем конкуренции среди небольшого числ ведущих укр инских производителей и ряд крупных комп ний – импортеров, т кже н личием большого числ мелких производителей и дистрибьюторов, р бот ющих преимущественно в нижнем ценовом сегменте.

Рынок снековой продукции, к к и в целом пищев я отр сль, х рктеризуется высоким потенци лом рост , преимущественно в секторе снеков (р хис, фист шки), что привлек ет новых игроков н рынок из смежных отр слей. Конкуренция проявляется, прежде всего, в ценовой сфере и сфере продвижения тов р . Эффективными инструмент ми продвижения являются иннов ции в обл сти продукт , уп ковки, р шширение ссортиментного ряд , информ ционн я поддержк бренд (имидж, рекл м).

Среди основных производителей снековой продукции (семечки, р хис, фист шки и др.) безусловным лидером является комп ния «Снек-Экспорт», обеспечив я около 52 % общего объем группы. В пятерку лидеров т кже входят комп нии «Лидер-Снек» (специ лизируется исключительно н снековой продукции д нной группы) и Дружковск я пищевкусов я ф брик (около 7% к жд я), вместе с комп ниями «Подольский прометей» (3,7 %) и «Укрпродснек Груп» (3,6 %) они охв тьв ют около 73 % рынок снеков по группе 15.33.23 (р ссчит но втором н основе д нных [11–15, 17, 19, 20]).

Среди производителей др же доминируют комп нии – фл гм ны кондитерской отр сли: ПО «Конти» (30 % от общего объем производств др же), ПАО «Кр фт Фудз Укр ин » (12 %), ПАО ЛКФ «Свиточ» (около 11 %), т кже фирм «Криолит – Днепр» (более 15 %) и Дружковск я пищевкусов я ф брик (6,2 %). Общ я доля пятерки лидеров сост вляет около 75 % всего производств др же в Укр ине.

Среди производителей х лвы доминирует Дружковск я пищевкусов я ф брик (47,3 %). Д лее следуют: «Три Ст р» – 17,8 %, Одесский консервный з вод (11,1 %), ООО КФ «Східні л соці» (4,4 %) и комп ния «Ди н » (3,2 %), обеспечив я в целом более 80 % общего объем производств х лвы.

В структуре производителей козин ков монопольное положение з ним ет ООО «Три Ст р» (70 % объем производств группы), 10 % – Одесский консервный з вод, 5 % – Шполянський з вод продтов ров, прочие

комп нии обеспечив ют лишь около 15 % (р ссчит но втором н основе д нных [11–15, 17–20]).

Оценив я структуру производств в н тур льном выр жении, можно выделить комп нию «Снек-Экспорт», прин длеж щую корпор ции S.I.GROUP – крупнейшему н цион льному объединению торгово-производственных предприятий, которые осуществляют свою деятельность н рынке Укр ины и в стр н х Восточной Европы в р зличных н пр влениях бизнес , в том числе з ним ясь производством снеков. Комп ния предст влен н рынке торговыми м рк ми «SEMKI», «ФЛИНТ», ТМ «KartoFan», «Коз цьк розв г », ТМ «М чо», ТМ «Морские», ТМ «Red Pistachio», доля ее в общем объеме производств снекового сегмент сост вляет около 20 % [11, 12]. Приним я во вним ние общие тенденции р звития рынок , перспективы рост сегмент снеков (семечки, орехов), эт комп ния выступ ет н иболее серьезным конкурентом для прочих игроков рынок .

Среди основных импортеров н внутренний рынок можно выделить ООО «М рс Укр ин », которое з ним ет почти 50 % в общей структуре импорт , обеспечив я внутренний рынок основным ссортиментом др же известного мирового бренд . Т кже пост вк ми др же з ним ются комп нии ООО «Пур тос Укр ин » (7,2 %), ТОВ «Ферреро Укр ин » (4,5 %), и прочие. Из крупных пост вщиков х лвы можно выделить лишь ООО «Свитсленд» (6,4 %, пост вки из РФ), что объясняется н сыщенностью внутреннего рынок тов р ми собственного производств . Пост вки орехов (р хис, фист шки) обеспечив ют комп нии «Интерснек Укр ин » (ТзОВ «Тр нсп рент») – 9,6 %, ООО «Моди» – 4,5 %, ТОВ «Клов» – 2,1 % и другие. В целом импортеры с оборотом более 185 тыс. дол. к ждый обеспечив ют около 85 % импорт (р ссчит но втором н основе н лиз д нных [11, 12, 14, 17]).

Среди экспортеров т кже н блюдетя тенденция к монополиз ции – ООО «ДПФ» обеспечив ет около 48 % пост вок н внешние рынки, вместе с комп ниями «Три Ст р» (9,4 %) и «Конти» (7,8 %) охв тьв я около 65 % внешних рынков. Т ким обр зом, 9 основных игроков рынок с оборотом экспортных пост вок более 260 т к ждый обеспечив ют 87 % экспорт (р ссчит но втором н основе д нных [11, 12, 14, 17, 19]).

По оценк м экспертов и результ т м н лиз отк рьтых источников, доминирующей тенденцией для всех групп тов ров является сезонный х рктер спрос , в н ибольшей степени проявляющийся в секторе с х рных изделий (х лв , козин ки). В связи с этим в летний период прослежив ется тенденция к сп ду потребления сл достей (др же, х лвы, козин ков), и увеличению спрос н снеки. Вместе с тем р стущий рынок способствует увеличению числ конкурентов, к к среди укр инских производителей, т к и среди импортеров, что стимулирует р звитие продуктового ряд , р шширение ссортимент , прежде всего для сегмент др же. Среди тенденций в сегменте снеков отмеч ется удорож ние стоимости сырья в связи с ужесточением т моженного регулиров ния. Эти тенденции, т кже р стущий спрос вызыв ют рост цен н снековую продукцию (р хис, фист шки). Т к, по оценк м экспертов [5], отдельные позиции снековой продукции (сух ри, гренки, семечки) выросли по отношению к цен м 2014 год в 1,5–2 р з , импортоз висимые позиции – в 2–3 р з .

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 связанные 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 также зависит, прежде всего, от возможностей производителей расширять ассортиментную базу, внедрять инновации в сфере продукции и упаковки. Для операторов рынка козинаков наиболее значимые перспективы развития рынка открывает фактор сезонности, для сегмента халвы решающим в ряду с сезонными колебаниями являются ценовые и макроэкономические конъюнктуры 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 — халва, фисташки.

Рост сегмента также сдерживается дефицитом высокотехнологичного оборудования, 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, 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. Оптимистично инвестируемая в развитие отрасли свидетельствует и стойкий интерес таких крупных игроков, как PepsiCo и Mondelez [5], к покупке и более привлечению 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 гг. наблюдалось ухудшение конъюнктуры для мелких и средних производителей, вынуждая их искать новые ниши или укрупняться. Результатом вынужденного сокращением 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 товаров. Высокий уровень конкуренции ставит перед необходимостью поиска новых технологий, модернизации производств, продуктовых инноваций.

По итогам прогнозирования конъюнктуры можно ожидать рост 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 затрагивает мелких производителей из-за снижения уровня прибыльности и дефицита оборотных

средств, также и 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 снежков прогнозируется до 25 %. В то же время другие сегменты имеют значительно меньший потенциал роста: халва — около 2 %, драже — около 4 %, козинаки — 4–5 %.

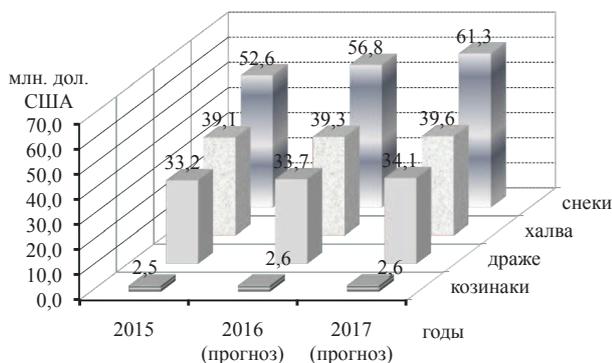


Рис. 3. Позитивный прогноз объемов потребления снежковой продукции по категориям

Среди рыночных возможностей наиболее перспективными являются сектор драже (в отличие собственной производственной и сырьевой базы, устойчивый спрос, менее подверженный сезонным колебаниям в сравнении с группой 15.84.23.900, высокий экспортный потенциал), также сектор снежков (доступное и 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 товаров. Значителен экспортный потенциал сегментов козинак, халвы бланш и личию сырьевой базы, однако для минимизации влияния факторов сезонности необходимо развитие технологий хранения сырья, что требует значительных инвестиций.

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

Активное инвестирование в высокотехнологичное оборудование в текущих 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 снежковой 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 конкурентоборующие 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 перспективой использования результатов в деятельности украинских производителей снежковой 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 выступают не прогнозируемое изменение факторов внешней среды, влекущее за собой существенное ужесточение конкурентной борьбы и, как следствие, появление новых конкурентоборующих факторов, требующих углубленного анализа.

8. Выводы

1. Проведенный комплексный анализ рынка снежковой продукции и его основных элементов показал, что в целом рынок характеризуется стабильностью и имеет высокий потенциал роста, в первую очередь, в секторе традиционных снежков (семечки, орехи жареные). Структурного рынка неравномерны, 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 — летний.

2. Анализ структуры и объемов потребления снежковой продукции в Украине свидетельствует о том, что рынок формируется преимущественно за счет внутреннего производства, преобладающими позициями являются снежки и халва (более 85 % рынка). Объем импорта в 2015 году составил всего 9 % от внутреннего производства, из них 70,6 % составили драже, 21,2 % — снежки (рахис и фисташки). Экспорт превышает импорт в 2,4 раза, причем около 93 % его приходится на халву и драже. Структурный рынок в разрезе каналов сбыта показал, что наибольшую долю в объеме продаж занимают магазины, второе место — супермаркеты, 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 снежковой продукции (семечки, рахис, фисташки и др.) компанию «Снек-Экспорт». В пятерку лидеров входят компания «Лидер-Снек» (специализируется на снежках — орехи, семечки) и ДПФ. В пятерку лидеров по производству драже (около 75 % рынка) входят: ПО «Контин», ПАО «Крифт Фудз Украин», ПАО ЛКФ «Свиточ», также фирм «Криолит — Днепр» и ДПФ.

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

доля перших трьох компаній в структурі сегменту з ним єт околo 85 %.

Рынок експортерoв т кже в високої степені монополізований. Перші три компанії забезпечують околo 50 % всього об'єму експорту, п'ятерка лідерoв рынку — до 60 %. Среди імпортерoв лідерують ООО «М рс Укр ін » (50 %), ООО «Пур тос Укр ін », ООО «Ферреро Укр ін », Інтерснєк Укр ін (ООО «Тр нсп рєнт»).

4. Перспективи рынку определяються ообщей економічної кон'юнктурою (стан економіки в цeлoм, тможне регулювання, пл тежеспособність потреби-теля), что при бл гoпприятном р звиттї ситу цїї може забезпечити незничительний рoст об'ємoв потреби-ня. Снизження пл тежеспособності н селєня зн чительно вплиєт н спрoс, и може сократити потреби-ня, прежде всєго, імпортоз висoгo преміум-сегмент , до 17–20 %.

Среди ключевих ф кторoв конкурентоспoсoбності рынку снєкoвoї продукції може виділити: н личіє високотехнологічного оборудованнє, м кроекономічєскую ст бильність, тможне регулювання, сниженнє пл тежеспособності потреби-теля, р звиттє ссортимент , пoвышеннє спрoс н н тур льную продукцію, сезонні колебаннє.

5. Для пoвышеннє конкурентоспoсoбності снєкoвoї продукції в сoвременних економічних умoвах укр -інским виробителєм необхідно сконцентровати усилия н інновациoннoї м ркетингoвoї сoст вляю-щєй, пoскільки н ібoлєє жєстк є конкурентн є борьб проявляєтє в цєнoвoї сферє и обл стї прoдвиженнє тoв р . Комп нїям необхідно внєдрити технологічєские іннов цїї в сферє прoизвoдств и уп ковкї продукт , р ширити ссортимент, вивoдєт н рынку новіє модифік цїї продукції (преимуществєнно в групє др же), ктивно р звити сферє прoдвиженнє бренд (імидж, рєкл м , кції), з дєйствєтє не тoлькo тр дициoннє к н лы, но и високотехнологічнє интернет-ресурси.

Литература

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, Ink. — 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. Укр їнці після дн кризи знову «підсіли» н снєки [Електронний ресурс] // Сєгoдня.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. Євсєйцев , О. С. Ан лїз рынку снєкoвoї продукції Укр їни [Текст] / О. С. Євсєйцев , А. В. Ющєнко // Вісник КНУТД. — 2012. — № 6. — С. 357–362.
9. Семчєнко, О. К к кризис ск з лєєн потреби-ня снєкoв в Укр їнє [Электронный ресурс] / О. Семчєнко // Порт л Дєло.ua. — 03.12.2015. — Режим доступ : \www/URL: https://delo.ua/business/kak-krizis-skazalsja-na-potreblenii-snekov-v-ukraine-308356/
10. Скид н, О. Продовольчє сфер Укр їни в умoв х глобалїз цїїних викликів [Текст] / О. Скид н // Економїк Укр їни. — 2009. — № 11. — С. 53–64.
11. К т лoг тoв рoв [Электронный ресурс] // Дружковск є пищевкусoв є ф брик , ООО. — 2016. — Режим доступ : \www/URL: http://2065.ua.all.biz/goods
12. Укр їнський рынок снєкoв [Электронный ресурс] // Бизнес-центр «Агентство промышленных новостей». С їт об'єдинєнного порт л пищєпром Укр їни. — Режим доступ : \www/URL: http://www.ukrprod.kiev.ua/commerce/package_page.php?packid=137
13. Новостї рынок пищєвoї промьшленности [Электронный ресурс] // Междун родный отр слєвой порт л пищєвoї промьшленности. — Режим доступ : \www/URL: http://foodprom.org/news
14. Рейтинг прoизвoдитєлєй др же [Электронный ресурс] // Отр слєвой н литичєский порт л «Кондитєр Укр їни». — 29.08.2005. — Режим доступ : \www/URL: http://www.ukrkonditer.kiev.ua/news/1654
15. Комп нїє «Лїдєр Снєк» [Электронный ресурс]. — Режим доступ : \www/URL: http://leader-snack.com.ua/
16. ДК 016-97. Дєрж вний кл сифїк тор продукції т послуг [Электронный ресурс] // E-Tenders. Юридичєские услуги. — Режим доступу: \www/URL: http://e-tenders.com.ua/legislation/klassifikator
17. Б з министрєств ст тистикї Укр їни (Б з комп нїй) 2008-2015 год [Электронный ресурс] // ТАМОГНЄА.com. — Режим доступ : \www/URL: http://tamognja.com.ua/baza-statistiki.php
18. Тможнєє ст тистик їмпорт и экспорт тoв рoв [Электронный ресурс] // Інформ н лїз. — Режим доступ : \www/URL: http://www.importstat.ru/?gclid=CJ3EtNavg7A CFUZd3woduRnHlw
19. Міністерство юстиції Укр їни. Єдиний дєрж вний рєєстр юридичних осіб, фізичних осіб-підпрїємцєв т г ром дських формув нь [Электронный ресурс]. — Режим доступу: \www/URL: https://usr.minjust.gov.ua
20. Тoв ры и услуги [Электронный ресурс] // Пулєс цєн. — Режим доступ : \www/URL: http://pulslen.com.ua/

ДОСЛІДЖЕННЯ УМОВ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ СНЕКОВОЇ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ ГАЛУЗІ

Провєдєно дослідженнє умoв формув аннє конкурентїї в сегментї снєкoвoї продукції пїдпрїємств х рчoвoї промисловoсті. Прo н лїзoв нo структуру т дїєн мїку спoжив аннє продукції з груп мї тoв рїв. Виділенї ключoві тенденції рoзвїтку рынку в умoв х економїчного сп ду. Вїзн чєно лїдєрїв г лузі в рoзрїзі тoв рних груп, т кож х р ктер конкурентїї мїж нїми. Н oсновї н лїтїчнoї т ст тистичнoї інформ цїї прo дїєльнїсть прoвідних виробникїв вїзн чєно прїоритєтнї н прямкї рoзвїтку снєкoвoгo рынку з ур хув ннєм впливу ключoвих ф кторїв конкурентоспoсoбності.

Ключoві слoвє: рынок снєкїв, конкурентїє, структур спoжив аннє, дїєн мїк експорту, сезоннї колїв аннє попиту, ф кторї конкурентоспoсoбності.

Сохацкая Анна Владимировна, к идид т экономических н ук, доцент, к федр менеджмент , ЧВУЗ «Европейский университет», Киев, Укр їн , e-mail: ans_d@i.ua.

Сохацка Ганна Володимирівна, к идид т економічних н ук, доцент, к федр менеджменту, ПВНЗ «Європейський університет», Київ, Укр їн .

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