

СТРАТЕГІЧНИЙ АНАЛІЗ ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ЕКОНОМІЧНОЇ КРИЗИ (НА ПРИКЛАДІ КОНДИТЕРСЬКОЇ ГАЛУЗІ)

У статті досліджено стан і тенденції розвитку ринку кондитерських виробів України на прикладі сегменту шоколадних виробів. Проаналізовано зміни в перевагах споживачів та виробничій політиці підприємств галузі. Визначено основні проблеми та перспективи галузі.

Ключові слова: стратегічний аналіз кондитерського ринку, шоколадні вироби, переваги споживачів.

The article studies the state and development trends of the Ukraine confectionery market by segment of chocolate products; the changes in consumer preferences and production policy of manufacturers; the main problems and outlooks of the industry.

Keywords: strategic analysis of the confectionery market, chocolate products, consumer preferences.

Вступ. Економіка України поступово відновлюється після світової фінансово-економічної кризи. На сьогоднішній день найбільш стійкими є галузі, орієнтовані на задоволення базових потреб населення. До їх числа, без сумніву, можна віднести харчову промисловість. Дана галузь з найменшими втратами виходить з кризи і з початку 2010 року вже почала нарощувати обсяги виробництва продукції. Слід зазначити, що саме харчова промисловість є для України тим двигуном, який може в майбутньому забезпечити суттєве зростання ВВП і допомогти зайняти одну з лідируючих позицій на ринку продуктів харчування на світовій арені.

Особливий інтерес для інвесторів представляє галузь харчової промисловості з виробництва кондитерських виробів (особливо сегмент шоколадних виробів).

Постановка завдання. Ринок кондитерських виробів відрізняється стрімкою динамікою змін у перевагах споживачів. Тому метою даної статті є проведення стратегічного аналізу зовнішнього середовища підприємств кондитерської галузі України (на прикладі сегменту шоколадних виробів) для визначення основних проблем і розгляду можливих перспектив їх подальшого розвитку.

Результати. На сьогоднішній день виробництво кондитерських виробів є однією з найбільш розвинених галузей харчової промисловості України. Загальний обсяг виробництва складає близько 3%

ВВП країни. Частка України на світовому ринку близько 1%, що у вартісному виразі складає понад 90 млрд. дол. США [1]. Незважаючи на те, що різного роду кондитерські вироби все ж таки не є продуктами першої необхідності, кондитерська галузь однією з перших пододала негативну динаміку виробництва. За даними Держкомстату, обсяги виробництва на кондитерському ринку України за підсумками 2010 року збільшилися на 3,7% в натуральному виразі в порівнянні з минулим роком (табл. 1) [2].

Зростання обумовлене як зміною споживчих переваг в сторону більш дешевої продукції, так і низкою сприятливих факторів для виробників (відсутністю масових скорочень робітників і банкрутств підприємств, коливанням курсу національної валюти, від чого кондитерська галузь отримала перевагу, тому що більша частина виробленої кондитерської продукції орієнтована на експорт). За оцінками експертів, у наступні два-три роки варто очікувати щорічний приріст обсягу реалізації на 3-5% в натуральному виразі [1].

Український ринок кондитерських виробів характеризується широким асортиментом продукції, яку умовно поділяють на три групи: борошняні кондитерські вироби (солодке печиво, вафлі та ін.), шоколадні вироби (шоколад, шоколадні цукерки та ін.) і цукристі вироби (карамель, мармелад, білий шоколад та ін.).

Таблиця 1

Виробництво основних кондитерських виробів в Україні, тис. т*

Вид продукції	Роки						
	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Печиво солодке і вафлі	285	314	337	358	373	333	361,5
Шоколад та інші продукти з вмістом какао	244	283	303	329	346	329	349,5
Вироби кондитерські з цукру	310	285	241	256	250	264	249,2
Всього	839	882	881	943	969	926	960,2

*Джерело: Державний комітет статистики України [2]

Ринок кондитерських виробів України є висококонцентрованим, на ньому працює близько 800 компаній. Сьогодні на ринку присутні декілька великих світових концернів - це Nestle (ЗАТ "Львівська кондитерська фірма Світоч"), Kraft Foods (ЗАТ "Крафт ФудзУкраїна"), Western NIS Enterprise Fund (ЗАТ "АВК"), Sigma Bleizer (БАТ "Полтава-кондитер"), Trilini International (ЗАТ КФ "Харків'янка"). Решта фабрик в більшості своїй належать колективу підприємства і українським інвесторам. Більше 65% ринку поділено між 5 компаніями: ДП "Кондитерська корпорація Roshen", ЗАТ ВО «КОНТИ», ЗАТ "АВК", АТЗТ "Харківська БФ" і ЗАТ "Житомирські ласощі". Невеликі підприємства не схильні до конкуренції з великими компаніями і намагаються займати вільні сегменти в регіонах.

Виробництво шоколаду і шоколадних виробів на сьогоднішній день є найпопулярнішим напрямком на ринку кондитерських виробів в Україні та світі. В Україні обсяг споживання шоколаду складає 7,5% ринку кондитерської продукції, або 1,2-1,3 кг шоколаду в рік на душу населення, що в 4-6 разів нижче, ніж у країнах Європи [3]. Це свідчить про те, що ринок має достатні резерви для зростання споживання шоколаду.

Протягом 2005-2008 рр. обсяги виробництва шоколаду та інших продуктів з вмістом какао зросли на 41,8%, до 346 тис. т, при цьому спостерігалось щорічне зниження темпів приросту ринку у зв'язку з його поступовим насиченням. У 2009 році, у зв'язку з економічною кризою і зменшенням доходів споживачів, виробництво шоколаду впало на 4,91% (рис. 1) [3].

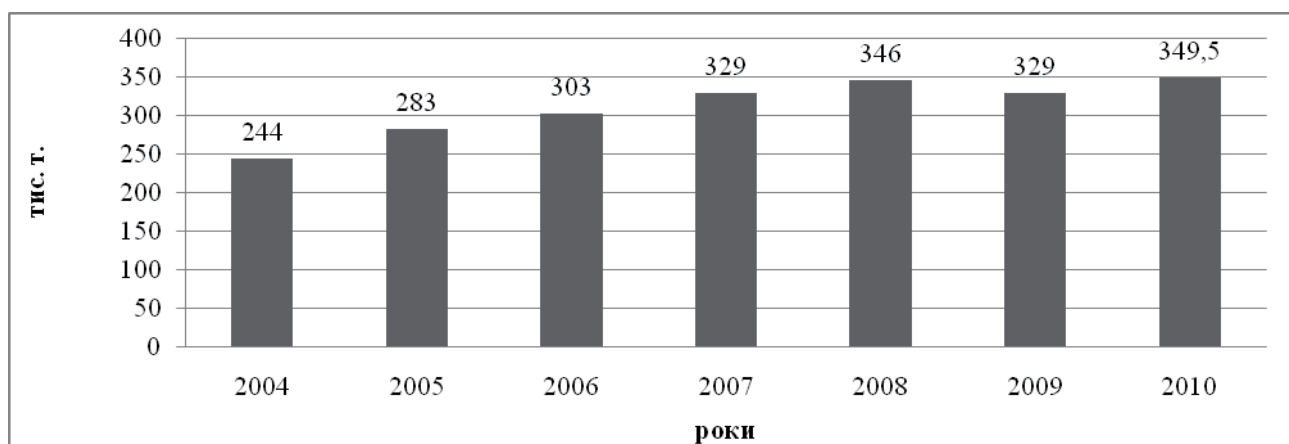


Рис. 1. Обсяги виробництва шоколаду та інших продуктів харчування, які містять какао, тис. т.*

*Джерело: Державний комітет статистики України [2]

Асортимент шоколадної продукції в Україні представлений широко і постійно оновлюється. Основні групи товарів: шоколадні плитки, цукерки (вагові та фасовані), шоколадні та шоколадно-вафельні батончики і торти, борошняна продукція, збагачена шоколадною глазур'ю та інше.

Лідерами з виробництва шоколаду є п'ять виробників: ЗАТ "Крафт ФудзУкраїна" (ТМ «Коро-

на», «Milka», «Siesta»), ДП "Кондитерська корпорація Roshen" (ТМ «Roshen»), ТПФ «Світоч» (ТМ «Світоч», «Nestle»), ЗАТ «Малбі» (ТМ «Millenium», «Любимов») і ЗАТ ВО «КОНТИ» (ТМ «Dolci», «AMOUR-CARRE», «Супер-Контік», «Бонжур»). Загалом на них припадає приблизно 93% випуску шоколаду (рис. 2) [3].

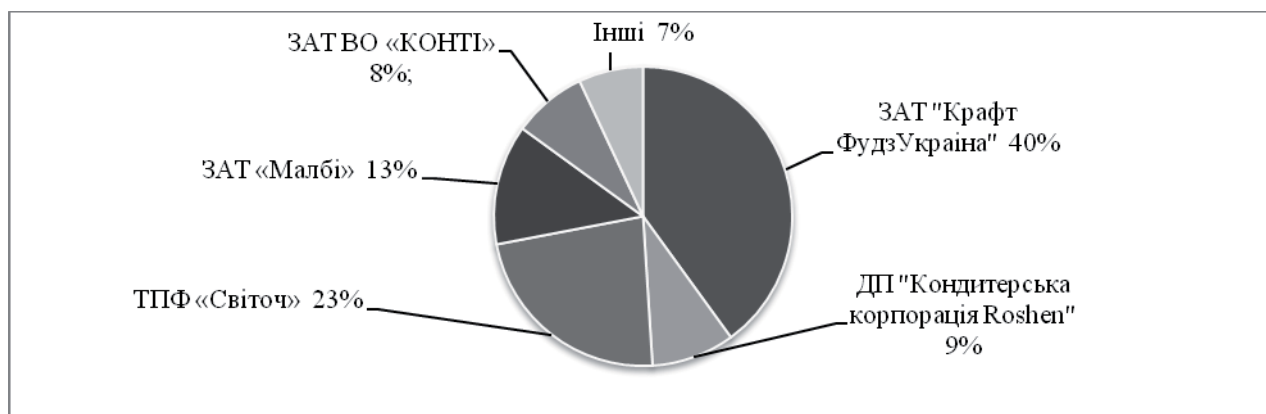


Рис. 2. Частки ринку виробників шоколадних виробів, %*

*Джерело: агентство «Кредит - Рейтинг» [3]

ФОРМУВАННЯ ТА РОЗВИТОК РИНКУ ПРОДУКТІВ ХАРЧУВАННЯ

В Україні імпорт шоколадної продукції витіснений вітчизняними виробниками (у 2010 році

було імпортовано всього 31,4 тис. т шоколаду та шоколадних виробів) (табл. 2).

Таблиця. 2

Експорт/імпорт шоколадних кондитерських виробів*

Експорт/імпорт товарів за країнами світу за січень-грудень 2010 року					
Найменування	Одиниця виміру	Експорт		Імпорт	
		Кількість	Вартість, тис. дол. США	Кількість	Вартість, тис. дол. США
Шоколад та інші готові харчові продукти з вмістом какао:					
Всього	т	200490,4	576377,0	31409,5	120030,8
I. Країни СНД	т	177233,6	515332,6	24183,9	79241,9
Азербайджан	т	9493,9	22664,5	-	-
Білорусь	т	9231,2	29241,9	12114,0	35,7
Вірменія	т	3482,2	8946,2	-	-
Казахстан	т	20056,7	55114,2	-	-
Киргизстан	т	6611,1	15304,3	-	-
Молдова	т	6845,2	18045,7	22008,0	48,1
Російська федерація	т	108263,7	341499,8	24149,8	79158,1
Таджикистан	т	4586,8	8436,0	-	-
Туркменістан	т	7402,7	14209,1	-	-
Узбекистан	т	1260,0	1871,0	-	-
II. Інші країни світу	т	23256,8	61044,4	7225,6	40788,9

*Джерело: Державний комітет статистики України [2]

Компанії-виробники також активно експортують продукцію до 44 країн світу (близько 55% виробленої продукції). Значну частину в структурі експорту країни (89% у 2010 р.) займають держави СНД. Щоб диверсифікувати ризики, які виникають при змінах у законодавстві держав, в які експортуються продукція, деякі українські компанії відкривають власні виробничі потужності за кордоном, в основному в Росії [3].

Актуальним питанням залишається імпорт сировини - какао-бобів та какао-порошку. Основними постачальниками какао-бобів на світовому ринку є африканська Республіка Кот д'Івуар (40% пропозиції), Гана (15%), Індонезія та Еквадор [4]. З початку 2009 року ціни на какао-боби на світових біржах значно зросли через прогнози скорочення врожаю культури. Повідомлення про можливий дефіцит какао-бобів, а також про те, що в Кот д'Івуарі, яка є найбільшим у світі виробником какао-бобів, урожай буде найнижчим за останні 14 сезонів, сильно "підігріли" біржові ціни. Так, значний спекулятивний ріст цін почався в кінці серпня 2009 р. з позначки приблизно в 1750 фунтів/т і досяг свого піку в кінці грудня 2010 р. (приблизно на рівні 2350 фунтів/т). Однак після того, як Світова організація з какао (ICCO) оголосила звітні дані, виявилось, що дефіциту немає, а є навіть надлишок. З того моменту і до сьогоднішнього дня ціни на какао йдуть на спад, але в той же час ще залишаються на досить високому рівні [4]. Підставами для продовження спадаючої цінової тенденції можуть служити відсутність світового дефіциту какао-бобів і досить високі залишки шоколадної продукції на складах провідних компаній-виробників. Таким чином, ціна на какао-боби в найближчому майбутньому не буде негативно впливати на виробництво шоколадних виробів. Тому в

січні-грудні 2010 року виробництво шоколаду і продуктів, що містять какао, зросло на 6,2% в порівнянні з 2009 роком і склало 349,5 тис. тонн (рис. 1) [2]. У перспективі можна очікувати збереження існуючих тенденцій.

Висновки. Українська кондитерська промисловість вже довела свою конкурентоспроможність на внутрішньому і зовнішньому ринках: продукція цієї галузі задовольняє європейським показникам якості. Часи дешевих неякісних цукерок давно пройшли, поступившись місцем більш якісній кондитерської продукції вітчизняних виробників.

Український кондитерський ринок пройшов етап формування та активного розвитку і на даному етапі знаходиться на стадії жорсткої конкурентної боротьби за клієнта. На основі стратегічного аналізу зовнішнього середовища було визначено основні тенденції, характерні для кондитерського ринку України:

- зменшення обсягів виробництва внаслідок фінансово-економічної кризи;
- поступове збільшення цін на всі види кондитерських виробів;
- зміна структури попиту на продукцію.

Незважаючи на зниження обсягів виробництва в 2009 році, в 2010 році спостерігалось поживлення виробництва, особливо в середньому і низькому ціновому сегменті.

Крім цього, слід очікувати посилення конкуренції між великими виробниками і зменшення частини малих виробників на ринку. Цьому буде сприяти активна маркетингова політика з боку великих виробників, тому іншим учасникам, для того, щоб зберегти і збільшити свою частку на ринку, необхідно оновлювати асортимент, проводити правильну маркетингову і рекламну політику та

шукати нові ринки збуту, в основному за рахунок експорту.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Перспективы развития пищевой отрасли в Украине [Електронний ресурс] / В. Заяц. – / Електронний журнал. - 2011. – Режим доступу : http://ibcontacts.com.ua/ru/perspectivy_food_in_ukrane/
2. Державний комітет статистики України [Електронний ресурс] / Режим доступу : http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/oper_new.html
3. Обзор рынка шоколада и шоколадных изделий [Електронний ресурс] / Е. Кучерявая. – / Рейтингове агентство «Кредит – Рейтинг». – Режим доступу : <http://www.credit-rating.ua/ru/analytics/analytical-articles/12579/>
4. Факторы удорожания кондитерской продукции [Електронний ресурс] / Д. Говдя. – / Інформаційне агентство ЛІГАБізнесІнформ. - 2010. – Режим доступу : <http://biz.liga.net/articles/EA100064.html>



УДК 330.214 + 664.761(477)

НІКІШИНА О.В., канд. екон. наук, старший науковий співробітник

Інститут проблем ринку та економіко-екологічних досліджень НАН України, м. Одеса

КРИТЕРІАЛЬНА ОЦІНКА ТА ДІАГНОСТИКА УКРАЇНСЬКОГО РИНКУ БОРОШНА

Проведено критеріальну оцінку динаміки розвитку внутрішнього ринку борошна, визначено його сильні та слабкі сторони. Обґрунтовано перспективні напрями розвитку даного ринку, орієнтовані на активізацію його відтворювальної функції.

Ключові слова: ринок борошна, критеріальна оцінка, діагностика, державне регулювання.

Criterion score dynamics developments of the home flour market have been appraise, its strong and weak sides was determined. The perspective directions of the market development, oriented on activation of its reproduction functions have been ground.

Keywords: market of flour, criterion score, diagnostics, government regulation.

Вступ. В умовах подолання наслідків системної кризи першочерговим завданням держави є підвищення ефективності діючих механізмів регулювання та управління стратегічними продовольчими ринками. Практика свідчить, що прийняття обґрунтованих управлінських рішень стосовно регуляторних форм та методів повинно базуватися на системі взаємоузгоджених критеріїв, які дозволяють здійснити різноаспектний кількісний і якісний аналіз динаміки розвитку ринку, ідентифікувати ключові проблеми, а також діагностувати його сильні та слабкі сторони. Результати критеріальної оцінки є основою поточного і перспективного управління ринком, прогнозування його розвитку, прийняття адекватних управлінських рішень за умов кризових проявів, зокрема, цінних збурень, які часто виникають на ринках соціально значимої продукції. Відповідно, ступінь достовірності, об'єктивності, узгодженості критеріїв та їх груп (критеріальних блоків) є одним із головних чинників ефективності регуляторної політики, що визначає актуальність і практичну значимість обраного напрямку дослідження.

Постановка завдання. Мета статті – здійснення критеріальної оцінки та діагностики внутрішнього ринку борошномельної продукції на основі запропонованої автором методикою – визначила низку завдань:

- ідентифікація ринку борошна;

- проведення критеріальної оцінки динаміки його розвитку в розрізі головних критеріальних блоків (виробничого, економічної концентрації, фінансового, державного впливу);
- побудова за результатами оцінки матриці SWOT – аналізу;
- обґрунтування перспективних напрямів розвитку борошняного ринку та методів його цілеспрямованого регулювання.

Результати. Для різноаспектної оцінки та ідентифікації латентних тенденцій розвитку внутрішнього ринку борошна скористаємося розробленою автором методикою критеріальної оцінки (далі – МКО) продовольчих ринків [1]. Її перший етап (ідентифікація ринку) передбачає визначення територіальних, товарних і часових меж товарного ринку, його структури та суб'єктів.

Ідентифікація ринку за географічними, товарними та часовими межами здійснюється відповідно до діючої Методики визначення монопольного (домінуючого) становища суб'єктів господарювання на ринку [2]. Український ринок борошна за сукупністю ознак, що визначають його територіальні межі, можна віднести до категорії державних ринків; правильність такого висновку підтверджує значення показника СВР (ступеня відкритості ринку) щодо міжнародної торгівлі (табл. 1). Товарні межі ринку можуть варіювати в залежності від мети і завдань дослідження, обсягу інформаційної бази тощо. В статисти-