УДК 339.1

А.Д. Слижук
Л.Д. Глущенко

АНАЛІЗ СТАНУ РИНКУ СОКОВОЇ ПРОДУКЦІЇ В УКРАЇНІ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

Досліджено сучасний стан ринку соків в Україні. Охарактеризовано ринок соку в Україні, Представлено види сокової продукції, які продаються на ринку України. Проаналізовано фактори, які впливають на розвиток ринку сокової продукції.

Ключові слова: сокова продукція, аналіз ринку сокової продукції, конкурентноспроможність.

Abstract

The present state of the juice market in Ukraine is described. The juice market in Ukraine is described. The types of juice products sold in the Ukrainian market are presented. The factors influencing the development of juice production are analyzed.

Key words: Juice production, juice production market analysis, competitiveness.

Сучасний економічний стан України є дуже складним, проте саме під час такого стану стає можливим отримання конкурентних переваг, недоступних в період стабільності. Підприємства, які спроможні запропонувати ринку сучасні інновації, можуть закріпити успіх на етапі стабілізації та зростання. Питання розвитку ринку сокової продукції розглядали такі українські вчені як: Власенко Н. А.[1], Євтушевська О.О., Бабуріна С.І.[2], Надточій І.І.[3], Суббота В.І.[4] та інші.

В даний час структура роздрібної торгівлі змінюється в напрямку зниження вартості продукції і скорочення асортименту для зменшення витрат, при цьому ринок соків в Україні у порівнянні з країнами ЕС і США не є насиченим.

Термінологія соків і сокових напоїв довгий час не була якісно розробленою, однак сучасні державні стандарти України вже в достатній мірі відповідають світовим вимогам. Ринок соків сприяє постійному оновленню асортименту своєї продукції, що пов'язано із намаганнями виробників утримувати, а то й наростити свої позиції на ринку. Сьогодні на українському ринку соків спостерігається висока конкуренція. Виробництвом соків займаються майже 400 підприємств, 20 з яких добре відомі українським споживачам. На ринку представлены соки, соки з м'якоттю, нектари, морси, коктейлі, сокові напої та напої з додаванням соку. Всі ці позиції відрізняються вмістом соку і особливостями приготування. Вміст соку становить не менше 25% для нектарів (не менше 50% для апельсинових, яблучних, грейпфрутових, виноградних, мандариновий і томатних), не менше 15% для коктейлів (рідкого продукту, отриманого з суміші соків або пюре, або концентрованих соків з додаванням або без додавання підготовленої питної води, молочних добавок, шматочків фруктів або овочів), не менше 15% для морсів (рідких продуктів, отриманих зі свіжих або заморожених ягід, фруктового соку або з концентрованого натурального фруктового соку або пюре, змішаних з підготовленою питною водою і цукром), не менше 10% для сокових напоїв.

Україна - один з 5 найбільших світових експортерів соку. Найбільше країна експортує яблучного соку. У 2015 році Україна поставила на ринок 116,7 тис. тонн соку. За січень-листопад 2016 року Україна експортувала 63,3 тис. тонн соку. Значно скоротився експорт соку в Росію. У 2014 році туди направляли 14% від загального експорту соку. У 2015 році ця цифра впала до 0,7%. З 2016 роки ЄС надав Україні квоти на безмитні поставки яблучного і виноградного соку в розмірі 10 тис. тонн. Квоти були використані повністю ще в 1 кварталі 2016 року. На зовнішній ринок Україна експортує сік найвищої, преміальної якості [5].

На ринку соків спостерігається висока конкуренція. 98% всієї продукції на українському ринку соків представлені 4 великими компаніями: Sandora, Vitmark, Coca-Cola і Ерлан.Еті компанії виробляють соки та нектари, залишаючи недоторканим сегмент соків прямого віджиму. Саме тому невеликі оператори ринку, а також фреш-бари, поступово завойовують популярність тим, що у них можна купити і випити свіжовичавлений сік. Сегмент свіжих соків є привабливим, однак його недоліком є висока вартість [6].

Головним лідером ринку соків є ТМ «Сандора», що входить до складу компанії «PepsiCo». Успіх компанії полягає у високій якості продукції, а також використання найсучаснішого обладнання у виробництві, що забезпечує європейський рівень якості соків. Доля компанії на ринку в Україні складає 49 %. П'яту частину продукції «Сандора» постачає на експорт.

За даними досліджень, 34% споживачів готові економити на соках і нектарах. Це пов'язано з інфляцією та зниженням рівня життя в Україні. З 2016 року попит продовжує знижуватись, тільки сегмент бюджетної продукції залишався відносно стабільним. Дана ситуація призводить до складних рішень. З одного боку, в умовах зниження доходів населення необхідно зменшувати витрати і поставляти продукцію за мінімальними цінами. З іншого боку, вартість витрат виробництва і маркетингу відчутно підвищилася. Так, тільки вартість продукції вітчизняних виробників сокових концентратів зросла на 30-100%. До цього додається постійне скорочення виробничих площ через багаторазове подорожчання ресурсів для посівної і догляду за плантаціями, що призводить до негативних прогнозів щодо зростання вартості продукції. У 2015 році всі виробники сокової продукції підняли ціни в середньому на 20-30% і це зростання продовжується. Кліматичні умови і стан інфраструктури в Україні не дозволяють вирощувати велику кількість різних видів плодів для індустрії. В основному, потужності з виробництва концентратів працюють тільки з яблучним і томатним сировиною. Значно менше виробляються концентрати та соки з кісточкових плодів і ягід, а як буде сказано далі, вони складають більшу частину споживчих переваг. Цитрусові і екзотичні плоди повністю продуктом імпорту, а тому істотно залежать від курсів валют і іноземних врожаїв, на які українські виробники впливу не мають [7]

Необхідно памятати, що курентоспроможність продукції визначається тільки тими властивостями, що становлять інтерес для покупця і гарантують задоволення даної потреби. Так, наприклад, для яблучних соків та нектарів найбільше значення у формуванні споживчих властивостей мають органолептичні показники (смак, запах, зовнішній вигляд). Органолептичні властивості яблучних соків та нектарів визначаються за допомогою сенсорного аналізу за такими показниками: а) зовнішній вигляд - включає оптичні характерістки, такі як прозорість і колір; б) показник запаху - виділяється як самостійна ознака. Його оцінюють без урахування смакових відчуттів; в) показник смаку - характеризується основними видами смаку: солодкий, кислий, солоний, гіркий.

Аналіз ринку соків показує, що для того, щоб зменшити собівартість і зробити продукт більш доступним для споживача, виробники соків переходять на напої та нектари (більший вміст води) і намагаються скоротити продукти зі 100% вмістом соку. У зв'язку з економічним спадом в Україні і зниженням споживчого попиту на продукцію сокової категорії на внутрішньому ринку, актуальною стає можливість розширення експортних ринків. Закриття ринку Російської Федерації негативно відбилася на показниках продажів соків, оскільки він становив 40-60% всього експорту сегмента.

Виходом є можливість використання безмитного експорту продукції в країни ЄС. Даний підхід має кілька позитивних наслідків: по-перше, можливість отримувати прибуток в стабільній валюті, по-друге, отримання передового досвіду, впровадження якого в Україні може дати великі конкурентні переваги, по-третє, укладення контрактів з рітейлом для співпраці.

Висновки

Ринок соків в Україні досить місткий, проте внаслідок високої залежності від платоспроможності населення, він працює нерівномірно. Враховуючи складну політичну та економічну ситуацію в Україні досить важко спрогнозувати ситуацію, яка складеться на ринку соків, проте, однозначно можна стверджувати, що ціни соковиробників будуть зростати. Понад 70% ринку належить ТОП-4 виробникам(Sandora, Vitmark, Coca-Cola і Ерлан.Еті), що говорить про істотну консолідацію галузі та відсутності перспектив для невеликих виробників. Втім, успіх завжди можливий при наявності оригінальної ідеї, яка дозволить зайняти вузьку нішу навіть на проблемному ринку. Споживачі орієнтовані на натуральні, якісні соки відомих виробників. В якості рекомендацій необхідно відзначити досить низький відсоток впливу реклами на покупку того чи іншого соку. Є зрозумілим, що на вибір продукту впливає власна оцінка споживачем якості соку. Виходячи з цього, для підвищення продажів необхідно в першу чергу підвищувати якість соків, що виготовляються.

Існують суттєві проблеми, що заважають підвищити експорт української продукції на європейський ринок. Система торгівлі продовольчими товарами характеризується високим рівнем конкуренції і

насиченості. В таких умовах важливим стає усунення нетарифних засобів регулювання ринку. Гармонізація українських стандартів і технічних регламентів є одним з пріоритетів подолання подібних бар'єрів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Власенко, Н. А. Ринок соків в Україні та одна з альтернатив підвищення конкурентоспроможності продукції / Н. А. Власенко // Автоматика. Автоматизація. Електротехнічні комплекси та системи. – 2007. – № 1. – С. 163-173.
2. Євтушевська, О. О. Тенденції розвитку українського ринку соків, нектарів, напоїв, що містять сік, морсів / О. О. Євтушевська, С. І. Бабуріна // Економіка харчової промисловості. – 2010. – № 3. – С. 46-52.
3. Надточій, І. І. Формування та реалізація конкурентної стратегії підприємств з виробництва соків [Текст] : автореф. канд. екон. наук, спец. : 08.00.04 / І. І. Надточій. – Одеса : «Інститут проблем ринку та економіко-екологічних досліджень НАН України», 2011. – 17 с.
4. Суббота, В. І. Класифікація споживачів на основі сегментації ринку соків України [Текст] / В. І. Суббота //
5. Офіційний сайт компанії «KOLORO» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://koloro.ua
6. Державна служба статистики України [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://www.ukrstat.gov.ua/
7. Вичавити соки. В Україні скорочується випуск соків [Електронний ресурс].– Режим доступу: http://ua1.com.ua/publications/vichaviti-soki-v-ukrajini-skorochuetsya-vipusk-sokiv-7439.html.

Слижук Анжеліка — студентка групи МСС-14б, факультет комп'ютерних систем і автоматики, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, e-mail: fkca.mcc14poo@gmail.com

Глущенко Лариса Дмитрівна — канд. екон. наук, доцент кафедри економіки підприємства і виробничого менеджменту, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, e-mail: lglushenko@gmail.com

Slizuk Angelica — student of group MSS-14b, faculty of computer systems and automatics, Vinnitsa National Technical University, Vinnytsia, e-mail: fkca.mcc14poo@gmail.com

Glushchenko Larysa D. — Cand. Sc. (Econ.), Assistant professor of the Chair of Economics of Enterprise and Production Management, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia.