

МЕНЕДЖМЕНТ РИНКУ СОКУ

Сурженко Н.В., к.е.н.

*Таврійський державний агротехнологічний університет м. Мелітополь,
Україна*

Summary: In the article the modern tendencies of juice market management in Ukraine are investigated and directions of solving of the revealed problems are offered.

Keywords: management, juice, juice products, nectar, manufacturer, market of juice, trade mark.

Постановка проблеми. За результатами узагальнених досліджень щодо менеджменту ринку соку можна відзначити, що споживання соків в усьому світі, а в тому числі і в нашій країні постійно збільшується. Таку тенденцію можна пояснити високою харчовою цінністю соків, стабільним попитом і рентабельністю їхнього виробництва. Дослідженням ринку соків займалось багато вчених. Так, Н.А. Власенко здійснює аналіз ринку соків в Україні у контексті підвищення конкурентоспроможності продукції. Тенденції розвитку українського ринку соків, нектарів, соковмістних напитків, морсів розкриті в публікації О.А. Євтушевської та С.І. Бабуриної. Визначенню стратегічних напрямків розвитку підприємств з виробництва соку присвячена робота І.В. Мельник. Процес формування конкурентної стратегії підприємств з виробництва соків є об'єктом дослідження І.І. Надточій. Класифікацію споживачів на основі сегментації ринку соків пропонує В.І. Суббота. Споживчі переваги на ринку безалкогольної продукції і соків та їх вплив на збутову діяльність виробничих підприємств оцінює М.Б. Цопа

Основні матеріали дослідження. Системний аналіз ринку соку в контексті аспектів менеджменту та його складових показує, що виробники соків постійно оновлюють асортимент продукції створюючи нові продукти з метою збільшення споживання й розширення ринків збуту. Український ринок має дуже широкий асортимент вибору соків і нектарів на різний смак, який значно відрізняється від асортименту за кордоном. Так, на українському ринку соків є незначна представленість асортименту в сегменті преміум-класу [2].

Мельник І.В. стверджує, що сьогодні найактуальнішою проблемою підприємств з виробництва соку є дефіцит вітчизняної сировини для виробничих потреб. Компанії змушені шукати нових постачальників сировини (сокових концентратів по всьому світу), питома вага якого в структурі виробництва українських соків складає приблизно 80 %, що призводить до суттєвої залежності від імпорту. Такий дефіцит пов'язаний із відсутністю спеціальних державних програм підтримки українських товаровиробників, складною процедурою надання та високою вартістю кредитів на розвиток сільськогосподарських підприємств.

Маркетингові дослідження свідчать, що основними споживачами соку є люди віком від 25 до 34 років. Більша частина споживачів проживають у містах і їх частка становить 90%. З них близько 50% вживають соки щонайменше раз на півроку. Хоча соки як продукт споживають однаковою мірою й чоловіки і жінки, проте за кількістю споживачів все ж таки переважають жінки. Різноманітний асортимент і раціональне ціноутворення - значні переваги у боротьбі за покупця і дозволяють підприємству швидко реагувати на ринкові зміни. Можна констатувати, що ціни на соки в Україні зростають повільніше, ніж на інші продукти. Загалом, споживачі не перейшли на соки більш низького цінового сегменту, однак частота покупок зменшилась. Провідну роль в цьому процесі зіграли: власна переробка українських фруктів та овочів, цінова доступність продукції та довіра споживачів. Були визначені ринкові позиції соку (досліджувались такі параметри продукції як зовнішній вигляд упаковки, смак, обсяг упаковки, ціна, склад, колір. Так, для супермаркетів важливі: зовнішній вигляд, обсяг, ціна; для представників сфери харчування: зовнішній вигляд, смак, ціна, колір; для споживачів з високим рівнем достатку: смак, склад; для споживачів із середнім рівнем доходу: смак і ціна; для малозабезпечених споживачів: ціна. Дослідження частоти споживання соку свідчать, що сік частіше споживають декілька разів на місяць, тоді як тих, хто споживає сік кожен день на 30,8 % менше. Критерії вибору продукції різні: смакові якості, ціна і зовнішній вигляд. Найбільшу перевагу споживачі віддають картонним пакетам, на другому місці скляні бутілі, пластикові пляшки займають останню позицію. Українці надають перевагу сокам місцевого виробництва, частка імпорту складає приблизно 10%. Динамічний розвиток ринку соків вимагає ефективного управління збутом та взаємовідносинами з покупцями та замовниками.

Висновки. Тенденції розвитку аспектів менеджменту ринку соків, нектарів, соковмістяних напоїв і морсів України свідчить про наявність таких основних проблем: сировинної; фінансової і зниження купівельної спроможності споживачів. Вирішення перелічених проблем можна здійснити, на нашу думку таким чином: - сировинна проблема може бути в

значною мірою вирішена за рахунок створення інтеграційних структур, куди входили б виробники фруктів, ягід і овочів, їх переробники, які працювали б на загальний результат і отримували справедливу оплату своєї праці; - виходом зі складного фінансового положення може бути залучення інвестицій з фондів прямого інвестування; - відродження сировинної бази і налагодження виробництва і споживання соків, можливо при умові здійснення таких змін в законодавчій базі країни, які враховували б інтереси всіх представників галузі, а також відповідали високим вимогам ринку. - для утримання споживачів підприємствам слід стримувати ціни на вже існуючу продукцію (не на шкоду якості), виводити на ринок нові продукти з доступною ціною, швидко реагувати на мінливі ситуації і потреби покупців.

Список літератури

1. Кручак Л.В. Ринок соків в Україні: аналіз стану та оцінка впливу дебіторської заборгованості покупців на його розвиток / Л.В. Кручак // Економіка та менеджмент. – 2016. – №3 (73). – С. 147–152.
2. Маркетингові дослідження ринків. [Електронний ресурс.] Режим доступу: <http://www.marketingclub.org.ua/urgent/markets/41/>
3. Мельник І.В., Тенденції розвитку українського ринку соків. [Електронний ресурс]. Режим доступу <http://magazine.faaf.org.ua/content/view/916/35/>