

УДК 339

Хтей Н.І.*кандидат економічних наук,
доцент кафедри маркетингу і логістики
Національного університету «Львівська політехніка»***Васильців Н.М.***кандидат економічних наук,
старший викладач кафедри маркетингу і логістики
Національного університету «Львівська політехніка»***Данилик І.В.***студентка
Національного університету «Львівська політехніка»*

АНАЛІЗ РИНКУ СОКІВ ТА СОКОВОЇ ПРОДУКЦІЇ УКРАЇНИ

THE ANALYSIS OF MARKET OF JUICES AND JUICE PRODUCTS MARKET ON THE UKRAINE

АНОТАЦІЯ

У статті охарактеризовано ринок соку в Україні, описано різні види сокової продукції, в залежності від виду обробки плодів та складу сокової продукції, а також описані види сокової продукції, які продаються на ринку. Показана структура ринку соків в Україні та Росії. Проаналізовано фактори, які впливають на покупку соку.

Ключові слова: сік, сокова продукція, нектар, виробник, ринок соку, торгова марка.

АННОТАЦІЯ

В статті дана характеристика ринку сока в Україні, описані різні види сокової продукції, в залежності від виду обробки плодів та складу сокової продукції, а також описані види сокової продукції, які продаються на ринку. Показана структура ринку соків в Україні та Росії. Проаналізовані фактори, які впливають на покупку соку.

Ключевые слова: сок, соковая продукция, нектар, производитель, рынок сока, торговая марка.

ANNOTATION

This article describes juice market in Ukraine, describes the different types of juice products, depending on the type of processing fruit juice production and composition, and describes the types of juice products sold in the market. The structure of the juice market in Ukraine and Russia is shown in article. Factors that affect purchasing juice are analyzed.

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

Постановка проблеми. Організм людини може існувати довший період часу без їжі, проте без води людина може залишатися не більше десяти днів. Добова потреба дорослої людини у воді складає 1740-2200 г. Ця потреба покривається і за рахунок різних напоїв і за рахунок продуктів харчування, які також містять у собі воду.

У цілях задоволення потреби організму у воді й угамування почуття спраги соки й напої повинні справляти певний фізіологічний вплив на організм, що залежить від їх освіжаючої спроможності, поживності, стимулюючої дії, гармонічного смаку та й інших властивостей. Фруктові й овочеві соки, що утримують у своєму складі смакові та поживні речовини, у повному обсязі відповідають цим вимогам [1].

Сік (лат. succus, англ. Juice) – рідкий продукт, одержаний із доброякісних дозрілих, свіжих фруктів та овочів шляхом їх механічної обробки [2].

Споживання соків в усьому світі постійно збільшується. Це пояснюється як високою харчовою цінністю соків, так і рентабельністю їхнього виробництва [1].

Робити гроші на вітамінах вигідно саме сьогодні, бо стрімко зростає попит на натуральні напої. Споживачі при купівлі певного товару окрім того, що враховують його якість, ціну, дизайн, прагнуть, щоб цей товар повністю задовольняв їх бажання [3].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичні та практичні аспекти дослідження ринку соків в Україні знайшли своє відображення у роботах зарубіжних і вітчизняних науковців, а саме: Н.А. Власенко [1], В. Мандрика [7], В.І. Субботи [11].

Не до кінця розкритими залишаються питання впливу різних факторів на збільшення попиту на сокову продукцію. Тому існує потреба в подальших теоретично та практичних дослідженнях у цьому напрямі.

Формулювання цілей статті. Основною метою статті є дослідження ринку соків в Україні, зокрема аналіз споживання соків на даному ринку, а також тенденція розвитку діяльності фірм-виробників.

Виклад основного матеріалу. Український ринок соків в останні роки динамічно розвивається. Частка виробництва щорічно зростає на 10-40%, а експорт збільшується в середньому на 45% [4].

Кожен мешканець України споживає близько 8 літрів соків на рік, тоді як росіянин – 12, європеєць – 30, а американець – 60 літрів. Потенціал вітчизняних виробників, який існує на ринку, обмежується такими чинниками, як низький рівень купівельної спроможності українських споживачів та зростання конкурентів

на товарного ринку. Сукупність обставин визначає наукову та практичну актуальність питань економічного розвитку підприємств галузі [4].

Однією із найбільш актуальних проблем галузі є дефіцит вітчизняної сировини для переробки соку. Компанії шукають нових постачальників сировини з різних країн, оскільки частка забезпечення власною сировиною становить лише біля 20%, а це у свою чергу призводить до залежності від імпорту. Дуже важливо в умовах ринкової конкуренції впроваджувати нано-технології для подальшого виробництва, орієнтуватися на вирощування сучасних сортів овочевих і фруктових культур [4].

Деякі компанії для отримання сировини закупляють земельні ділянки (займаються посадкою фруктових дерев), щоб потім отримати плоди для подальшої переробки.

Оскільки соком може бути лише стовідсотково натуральний продукт, який необхідно зберігати належним чином (має здатність до бродіння), на ринку існує багато видів сокової продукції, в залежності від виду обробки плодів (див. табл. 1) [2].

Для того щоб збільшити кількість споживачів, виробники соків постійно розширюють асортимент сокової продукції, куди входить не лише сік. Сюди відносяться нектари, морси та соковмісні напої. Всі ці продукти різняться складом і смаковими якостями [5]:

1. Сік – це рідкий харчовий продукт, який отримують шляхом віджимання свіжих, стиглих і незіпсованих плодів (фруктів, овочів, ягід). Соки не містять хімічних консервантів, барвників, ароматизаторів і підсолоджувачів.

2. Нектар – це харчовий продукт, виготовлений з концентрованого соку (пюре) та питної води. При цьому частка концентрованого соку (пюре) повинна становити не менше 20-50% від усього обсягу, залежно від виду фруктів або

овочів. У нектар заборонено додавати хімічні консерванти, ароматизатори та підсолоджувачі. Як правило, нектари виготовляють з тих видів фруктів, ягід або овочів, концентрований сік яких є занадто густим і має дуже концентрований смак.

3. Соковмісний напій – це рідкий харчовий продукт, з часткою соку (пюре) не менше 10%, що виготовляють шляхом змішування соку (соків) і/або пюре, концентрованого соку (пюре) та питної води. Варто зазначити, що для виробництва соковмісних напоїв використовують найбільшу кількість різних видів як традиційних, так і екзотичних плодів.

4. Морс – рідкий харчовий продукт, що виготовляють із суміші соку ягід (ягідного пюре), питної води, цукру (або меду) за умови, що мінімальна частка концентрованого соку становить не менше 15% від загального обсягу. Замість води в морс можуть додавати водний екстракт, отриманий у процесі віджимання ягід.

За результатами маркетингових досліджень, основними споживачами соку є молоді 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 та жінки, проте за кількістю споживачів все ж таки переважають жінки. Різноманітний асортимент і правильне ціноутворення є велика перевагами у боротьбі за покупця дозволяє підприємству швидко реагувати на ринкові зміни.

Основні мотивації споживання соків серед міського населення розподіляються таким чином: як джерело вітамінів – 48,3%; як натуральний продукт – 26,1%; як смачний напій – 8,6%; як вітчизняний продукт – 3,4%; як напій, що втамовує спрагу, – 3,0% [6].

Таблиця 1

Характеристики сокової продукції, в залежності від виду обробки плодів

Вид сокової продукції	Характеристика сокової продукції
Сік прямого віджиму	сік, що вироблений безпосередньо зі свіжих або збережених свіжими фруктів і (або) овочів шляхом їх механічної обробки
Свіжовіджатий сік	сік прямого віджиму, що вироблений із свіжих або збережених свіжими фруктів і (або) овочів у присутності споживачів і не піддавався консервації
Відновлений сік	сік, що вироблений з концентрованого соку чи соку прямого віджиму та питної води. Відновлений томатний сік може бути зроблений також шляхом відновлення томатної пасти і (або) томатного пюре
Концентрований сік	сік, що вироблений шляхом фізичного видалення з соку прямого віджиму частини води, що міститься в ньому, з метою збільшення вмісту розчинних сухих речовин не менше, ніж у два рази по відношенню до вихідного соку прямого віджиму. При виробництві концентрованого соку може бути застосований процес екстракції сухих речовин з подрібнених фруктів і (або) овочів тієї ж партії, з яких попередньо був відділений сік, за допомогою питної води за умови, що продукт даної екстракції додається у вихідний сік до етапу концентрування всередині одного поточного технологічного процесу. У концентрований сік можуть бути додані концентровані натуральні речовини, що створюють аромат, вироблені з однойменного соку або з однойменних фруктів або овочів
Дифузійний сік	сік, що вироблений шляхом вилучення з допомогою питної води екстрактивних речовин зі свіжих фруктів і (або) овочів, або висушених фруктів та (або) овочів одного виду, сік з яких не може бути отриманий шляхом їх механічної обробки. Дифузійний сік може бути підданий концентруванню, а потім відновленню. Вміст розчинних сухих речовин у дифузійному соку має бути не нижче рівня, встановленого для відновлених соків

Основними місцями продажу соків у містах є стаціонарна торгова мережа (магазини супермаркети) та напівстаціонарна торгова мережа (палатки, кіоски та павільйони). Найбільш потужними реалізаторами соків у містах є мережі великих супермаркетів «Велика кишеня», «Фуршет», «МЕТРО», «Сільпо», «Екомаркет», «Рукавичка», «Барвінок» тощо. На сьогоднішній час відбувається жорстка конкуренція «за місця на полиці» у вищезгаданих супермаркетах. Продаж соків і напоїв через автомати непопулярні в Україні. Цей сегмент більше розвинутий для гарячих напоїв: чаю, кави [7].

На сьогоднішній день конкуренція на українському ринку достатньо висока, налічується близько 400 підприємств-виробників, з них майже 20 – великих [4]. Структуру ринку соків в Україні подано на рисунку 1.

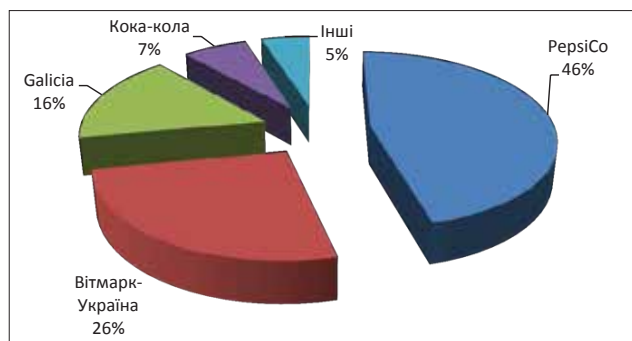


Рис. 1. Структура ринку соків в Україні [3]

Найбільші частки ринку належать таким лідерам, як Компанія «PepsiCo» (46%) з торговими марками Sandora, Сандора Ексклюзив, Сандора Сік до сніданку, Сандора Овочевий коктейль, Миколаївський соковий завод, Бонус, Садочок, Сандорик; СП «Вітамарк-Україна» (26%) – Jaffa, Наш сік, Соковита, Чудо-Чудо, Aquarte; компанія Кока-Кола (7%) і Galicia (16%), яким належить 95% всього ринку соків України. Дрібніші компанії займають всього 5% всього ринку.

Українці надають перевагу сокам місцевого виробництва, частка імпорту складає приблизно 10%. Для того щоб продавати на українському ринку, перш за все потрібно розуміти внутрішнього споживача. Багато західних компаній не змогли обрати правильну стратегію і змушені були залишити ринок. У той же час лідери галузі роблять спроби різними способами відвоювати частку ринку у своїх конкурентів. Для прикладу, Pepsi, яка придбала «Сандору», почала забезпечувати торгові точки фірмовим обладнанням, відкривати нові філії прямих продажів, модернізувати наявне обладнання тощо [8].

Основних конкурентів PepsiCo можна поділити на дві категорії: дійсні (ВАТ СП «Вітамарк-Україна») та потенційні (ДП «Вімм-Біль-Данн Україна», ТОВ «Німан-Фудз», ДП «Санданс», ВАТ «Вінніфрут Холдінг»). Проте PepsiCo має деякі переваги перед російськими виробниками: лояльність простого покупця,

яка формується роками; налагоджені зв'язки з роздрібною та оптовою торгівлею; знання смаків українських споживачів та сформована під ці смаки асортиментна лінія [9].

Для порівняння розглянемо структури ринку соків Росії, оскільки саме російські компанії є найпершими конкурентами вітчизняних виробників. Структура торгових марок соків у Росії подано на рисунку 2 [10].

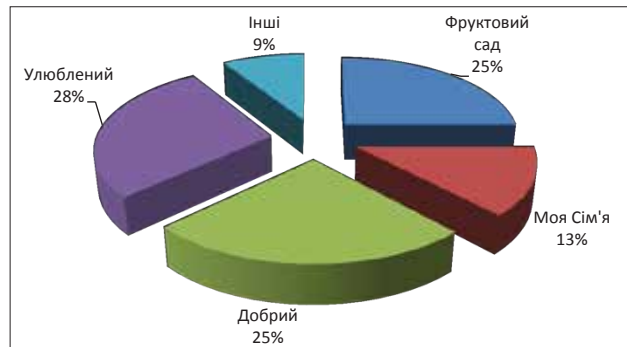


Рис. 2. Структура ринку соків в Росії

Розробка власна, на основі [10]

Структура ринку соків Росії показує, що міцні позиції тут займають такі торгові марки, як «Добрий», «Фруктовий сад», «Моя Сім'я», «Улюблений» та інші.

Розглянемо найважливіші фактори, які впливають на покупку соку споживачами (див. рис. 3).

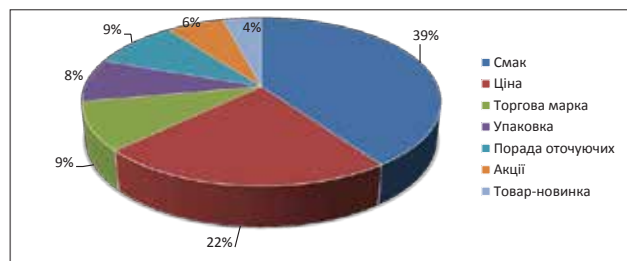


Рис. 3. Структура факторів впливу на покупку соку

Розробка власна, на основі [11]

Згідно з даними, найвпливовішим фактором при виборі споживачами соку в пакеті виявилася смакові якості товару. Факторами середньої значимості виявилися ціна, торговельна марка товару й поради оточуючих; найменш значимими факторами стали упакування товару, товари-новинки, а також акційні товари [11].

Хоча упаковка виявилася одним із найслабших факторів, який впливає на вибір соку, проте не варто забувати, що саме вона у першу чергу впливає на зміну смакових якостей сокової продукції під час зберігання.

Виробники гарантують збереження якості соку впродовж визначеного терміну – 1 рік при різних температурах зберігання: 1-25°C (ТМ Біола), 2-25°C (ТМ Мрія), 4-25°C (ТМ Santal), 5-25°C (ТМ Наш сік, Jaffa) та не більше 70% (ТМ Садочок і Сандора). Хоча, згідно з ДСТУ

4150:2003, прописана норма щодо зберігання сокової продукції за температури від 0°C до 25°C і відносної вологості повітря не більше 75%. Також виробники подають різні норми щодо до терміну та температури зберігання відкритого пакету із соком або нектаром – більшість дозволяє зберігати лише одну добу, а ТМ Наш сік, Jaffa – три доби. Відсутня температура при цьому спостерігається у ТМ Rich, зазначено 1-6°C у ТМ Біола і 2-6°C – решти виробників [7].

Висновки і пропозиції. У статті розглядаються основні тенденції розвитку виробництва соку на українському ринку. Оскільки власної сировини для виготовлення соків недостатньо, фірми-виробники змушені закуповувати її за кордоном. Враховуючи складну політичну та економічну ситуацію в державі, а також значне зростання курсу долара, важко спрогнозувати ситуацію, яка складеться на ринку соків, обсяги збуту продукції, оскільки цінова політика фірм буде неоднозначно зростати.

Хоча завдяки широкому асортименту сокової продукції, пропонованої на ринку, виробники зможуть задовольнити потребу споживачів у різному ціновому діапазоні та різному якісному складі соків.

Рекомендується фірмам-виробникам постійно проводити дослідження споживачів, що дасть змогу задовольняти різні сегменти ринку і втримувати лідируючі позиції на ринку соків України.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Власенко Н.А. Ринок соків в Україні та одна з альтернатив підвищення конкурентоспроможності продукції [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://aaecs.org/vlasenko-na-rinok-sokv-v-ukran-ta-odna-z-alternativ-pdvishennya-konkurentospromojnost-produkc.html>.
2. Сік [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D1%96%D0%BA>.
3. Виробництво і споживання соків в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.aitico.com/index.php?option=com_content&view=article&id=150%3A2013-10-14-08-37-17&catid=43%3Anews&Itemid=163&lang=uk.
4. Мельник І.В. Тенденції розвитку українського ринку соків [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://magazine.faaf.org.ua/content/view/916/35>.
5. Сік щодня – здорове життя [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://prosik.com.ua/ua/page/sokovyiy-likbez/>.
6. Соки «СМАК» – яким є смак позиційної невизначеності? [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.management.com.ua/cases/case006.html>.
7. Мандрика В. Оцінка якості фруктових мультівітамінних соків і нектарів / В. Мандрика, А. Самойленко // Товари і ринки. – 2010. – № 1. – С. 127-133. – Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/j-pdf/tovary_2010_1_19.pdf.
8. Українські виробники соків переходять на випуск більш дешевої продукції [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://volwestgroup.com/uk/news/view/306>.
9. Капінус Л.В. SWOT-аналіз як основа формування маркетингової політики підприємства / Л.В. Капінус, О.П. Сологуб [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://dspace.nuft.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/5148/1/SWOT.pdf>.
10. Рынок сока России – анализ, реальное положение дел и основные тенденции развития [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://vproizvodstvo.ru/analitika_rynok/rynok_soka_rossii_analiz_tendencii_razvitiya/.
11. Суббота В.І. Класифікація споживачів на основі сегментації ринку соків України / В.І. Суббота // ВІСНИК Донецького університету економіки та права. – 2010. – № 2. – Режим доступу : <http://www.stationline.org.ua/ekonom/70/10137-klasifikaciya-spozivachiv-na-osnovi-segmentaci%D1%97-rinku-sokiv-ukra%D1%97ni.html>.